資料２－２

事業者からの意見聴取結果

■　意見聴取結果一覧（目次）

１　市民，事業者，京都市の共汗で２Ｒを中心にごみ減量を推進する制度

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項　［取組項目１］～［取組項目３４］・・・・・・・・・・　２

取組項目１…　2	取組項目５…　11	取組項目９…　16	取組項目 13…　22	取組項目 17…　29	取組項目 21…　33	取組項目 25…　37	取組項目 29…　41
取組項目２…　5	取組項目６…　13	取組項目 10…　17	取組項目 14…　24	取組項目 18…　30	取組項目 22…　34	取組項目 26…　38	取組項目 30…　42
取組項目３…　7	取組項目７…　14	取組項目 11…　19	取組項目 15…　26	取組項目 19…　31	取組項目 23…　35	取組項目 27…　39	取組項目 31…　43
取組項目４…　9	取組項目８…　15	取組項目 12…　20	取組項目 16…　27	取組項目 20…　32	取組項目 24…　36	取組項目 28…　40	取組項目 32…　44

（１）－２　市民の取組・・４５

（２）取組計画及び実績の報告義務・・・４６

（３）市民モニターによる消費行動や関係事業者の取組状況の調査，公表等

ア　市民モニターによる関係事業者等の取組状況の調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４８

イ　報告内容及びモニター結果の公表・・４９

ウ　指導等について・・・５０

（４）支援措置・・５１

２　市民，事業者の資源ごみ等の分別を徹底する制度について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５３

３　その他（自由意見）・・５４

※　意見凡例（○，×，△，□）は，事務局にて振分して記載

※　網掛けの意見は，資料３「具体的施策の検討・評価」８～２５ページの記載に関連している意見

1　市民，事業者，京都市の共汗で２Ｒを中心にごみ減量を推進する制度
（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	1	［小売］ごみの少ないお買い物・資源物の回収を消費者に促進する店舗でのＰＲ（業態に応じた内容のポスター等のＰＲ媒体を京都市が作成して事業者に提供）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・実施している（レジ袋有料化，簡易包装，割りばしの利用辞退，資源物の回収案内）	□　京都市クレジットでの市民に対するＰＲは有効であると思う。積極的にやってもらった方がありがたい。
	中小規模スーパーマーケット	・マイバッグ持参をＰＲされている例がある。 ・実施している	△　例示の内容のＰＲを部分的に行うことは可能と考えられるが，全てを実施するのは難しいと思う。 □　賞味期限の理解促進を市のクレジットでＰＲできるのはありがたい。 □　理解促進とともに，メーカーに対し，賞味期限の延長（もっと長く設定できるものは多々ある。）と，納品期限の見直し（1/3 ルール⇒1/2 に）を働きかけていただきたい。 ×　電池について，乾電池しか販売していないので（充電池を販売していないので），充電池への切り替えをＰＲするのは難しい。 □　電池のメリットは，すぐ使えるということだと思うので，乾電池を控えるように消費者にお願いするのは無理があるのではないか。 □　京都市のクレジットでＰＲしてもらえるならありがたい。
	コンビニエンスストア	・協会統一のレジ袋削減ポスターを全加盟店舗にて掲示 ・店内放送で啓発している店舗もある ・自治体との連携による「スタンドＰＯＰ」（レジ袋の要否確認）をレジ周辺に掲示（半年間など期間を区切って）※複数自治体 ・協会統一ポスターの空きスペース部分に貼る啓発シール（３cm×12cm）を自治体の依頼で貼付　※複数自治体	△　レジの画面を利用した啓発ＰＲを流すこともできるが，地域を限定することは難しい。全国的に適用する汎用性のある内容であれば可能。（但し，レジ画面での告知ができない会社もある）。 ○　啓発活動は様々な自治体と連携して実施してきた経験があるので，キャンペーンなどを企画していただければ，協力することは可能
	小規模小売店	・買い物額に応じたポイント制度において，金券またはエコバックと交換している。またレジ袋辞退の場合にもポイントを付与し，リサイクルティッシュと交換している。 ・七夕夜市（７月第１土曜日）では，フレスコ，西友の協力を頂き，段ボールの回収を行っている。 ・三条会屋台村（８月第１土曜日）では，マイ箸・マイ皿への協力やビール２杯目以降同じコップの使用に協力するとリボンスタンプ１０枚を進呈するほか，ごみ箱を設置せず持ちかえりに協力していただくなど，イベントごみの減量に取り組んでいる。 ・商店街のイベントごとにエコバックを作成して配布している。上記の取組や量販店（イオン等）でレジ袋有料化していることから，レジ袋にお金がかかっているという理解が進み，お客さんの１／３はマイバックを持参しており，環境に対する意識も高くなっていると思う。（特に，小学校くらいの子供をもつ親世代は，学校で環境教育を受けていることから意識が高い。） ・現在でも，「ごみ減量推進」に関する本市からの文書，リーフレットなどをお客様に配布し，ＰＲ活動を行っている。	□　まったく関心のない店主もいるが，このような取組を通して徐々にごみ減量や環境に対する意識付けが浸透していけばと考えている。また，お客様も１人でも多くエコ活動への理解者が増えればと考えている。 □　近くの店舗が２０年程前にお客さんにレジ袋を提供しない取組をして廃業になったことなどから，レジ袋有料化など，お客さんが不愉快に思われるかもしれない取組はできない。お客さんの環境意識に頼らざるをえない。 ○　商店街としては，「ごみを減らしましょう」といった啓発なら可能である。京都市が小さいサイズの啓発ビラを作成してくれたら，商品と一緒に入れることができ，お客さんの意識を高めることができると思う。 ○　各小売業者にＰＲ媒体を配布することは可能である。
	百貨店	・簡易包装への協力等について，店内放送による呼びかけ等が行われている。	△　ポスター等については，店頭の掲示スペースが不足していて掲示できない店舗もある。 △　店頭に掲示スペースがなくても，店内放送ならば可能なケースもある。 □　バックヤードの空きスペースに掲示して従業員向けの啓発を行うことも考えられる。
	ドラッグストア	・CO2 削減のための節電，省エネについては会員企業に協力のお願いをしているが，ごみの少ないお買い物・資源物の回収に関しては特段の取組は行っていない。	×　マイバッグを使用した万引きの防止が喫緊の課題であり，対応に追われている。小さくて単価の高い化粧品などが狙われることが多く，被害額も大きい。そのため，できればレジ袋を利用していただきたく，マイバッグの持参をＰＲすることは避けたい。

取組 項目	1	［小売］ごみの少ないお買い物・資源物の回収を消費者に促進する店舗でのＰＲ（業態に応じた内容のポスター等のＰＲ媒体を京都市が作成して事業者に提供）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能 ×対応不可 △条件付き対応 □意見・課題等）
			□ レジに「京都市ではレジ袋の削減が求められています」というような貼り紙やＰＯＰを置くくらいなら協力できるかもしれないが，既に募金箱やフリーペーパーなどを置いていることが多いので，できるだけコンパクトなものを考えていただきたい。 △ 資源回収のＰＲも，コンパクトであれば可能であると思う。 □ ポスターであれば，Ｂ４かＡ４サイズ以下でお願いしたい。
	ホームセンター	・一部の企業では，ＬＥＤ照明の導入は進んでいる。また，資源回収については，消火器など対応している企業もある。	△ 店内へのポスター等の掲示は，内容次第ではあるが，理解できない取組ではないと思われる。
	家電量販店	・お客様に対するマイバッグの持参や簡易包装商品の購入を促すポスターの掲示はやっていない（やっている店舗もあるかもしれないが）。 ・ＬＤＥや電池の性能評価など，推奨商品のＰＲは実施している（環境配慮型製品のコーナーを設けている）。 ・LED など，省エネ関係の商品についてはＰＲを行っている。充電池の推奨も行っている。	× マイバッグの持参など，内容によっては難しいものもある。 ○ 対応可能と考えられる。
	パン販売店	・過剰包装を抑える程度 ・手提げ袋の客に金券（１０円）を渡していた。（現在は，金券管理が難しいことからやめている。）	△ 条例などで規定してもらえば可能 □ パンを一つづつ入れる袋は必要である。（卸が製造したパンは個別に包装されているが，店で焼くパンは陳列時は包装していないことが多い。）
	酒販店	・連合会が京都市ごみ減量推進会議の会員となっており，配布されたポスターを会員の店舗に掲示している。	○ 対応可能である。
	書店	・レジ付近で電池を販売している書店があり，その店舗では，乾電池の自主回収を行っており，そのＰＲはしている。	△ 京都市にＰＲ媒体を作成していただいた場合，店舗内での掲示等の協力はできる。
飲食業者	飲食店		
	カフェ ファストフード	・レジ袋の代わりに，紙袋や生分解性プラスチックの袋の使用などに取り組んでいる。	× PR 資材などについては、レジ周りや店内のスペースが限られるので、掲示は難しい。また、過剰な掲示物は、むしろブランドイメージを損なう状況である。また、そのような状況での POP 類掲出は、効果が現れにくいと感じる。
観光 事業者	ホテル・旅館	・特に行っていない。 ・近年は観光客の利用も増えているが，元々はビジネスホテルであり，土産物売場等がないため，買い物に伴ってごみが出る機会は少ない。 ・施設の状況により，その方法は異なる。	△ 事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □ 京都の旅館やホテルで売店のあるところは少ないのではないか。大きな店舗はテナントになっているところがある。 □ 土産物の販売における包装の削減は，上手な方法を採らなければ購買意欲を削ぐおそれがある。 × 土産物などでお客様がホテルならではの包装を希望されるため，現実的には難しい。 □ 例えばマイバッグ持参等，スタンプラリーのような形でポイントが貯まるとバスや地下鉄１区間無料チケットを進呈するなどしてはどうか。無料チケットの回収枚数から，取組効果も測れる。⑤
大学	国立大学 法人等		
	大学生協	・レジ袋不使用の取組を実施している(H19.11～)。購入する商品をトレーに乗せて精算され，レジ袋を要望された場合のみ渡す（配布率‘13年で 9%)。レジ袋不使用は，各店舗で看板等により周知を実施している。	□ 学外者への徹底が難しい。京大には観光目的で学外の方も来られて，その方がお土産を買われる際にレジ袋を求められる。（時計台前店が多い。配布率１３％）桂のＢクラスター店もレジ袋使用率が高い（１８％）。遠方のＣクラスターから来られる方がもらって行かれる傾向がある。学生は入替わりがあるので，毎年伝える

取組項目	1	［小売］ごみの少ないお買い物・資源物の回収を消費者に促進する店舗でのＰＲ（業態に応じた内容のポスター等のＰＲ媒体を京都市が作成して事業者に提供）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
		ボールペンでリフィルの購入率が他大学に比べ高いなど，本大学では環境に配慮した商品の積極的な購入が見られる。 ・レジ袋の削減に係る趣旨の吊り下げ看板を設置している。 レジ清算時にはレジ袋を渡しおらず，レジ袋が必要な方は精算後に自身でレジ袋をとって商品を入れる形となっている。購入数が少なければ，シールを貼っている。 ・レジ袋の削減を中心にＰＲされている例がある。 ・レジ袋が不要な方については，店舗シールの添付で対応している。 ・プリンターの使用済みカートリッジの回収 ・過去に電池の回収を行っていたが，現在は広報しておらず，過去の取組を知っておられる方が持ってこられるのみ ・書籍について，ブックカバーや袋による対応を行っている。 ・過去にはがす弁当容器に取り組んだことがある（5，６年前）	必要がある。新入生のガイダンスで学校側から時間をもらうなど，告知に取り組んでいる。さらに外部進学の大学院生へは，生協から接触できる機会がないので，店頭での働きかけに頼るしかない。 □　コンビニエンスストアとの競合を考えるとレジ袋削減はサービス低下と見られる懸念があるが，そこにこだわらず環境配慮への理解を求めるようにしている。 □　１２時過ぎから１３時過ぎに大変な混雑がある。学生数に対してスペース的に足りていない感があり，混雑時を効率的に捌く必要がある。これ以上作業を増やすことができないのが現状である。レジ袋のサービスがなく自身のバッグに入っていることで商品が購入されたものかどうかが分からなくなる。その場合，動線の見直しなどが必要となる。マイバッグ（エコバッグ）の販売を過去にしたが，学生の方はバッグを持って来られているので，あまり売れなかった。 △　すべて実施することは難しいと思うので，一定の選択肢，柔軟性を持たせていただきたい。 □　大学から場所を貸りて生協が販売している場合，生協の判断ではポスターを掲示できない場合があり，大学に直接依頼していただく必要ある。 ×　ポスターは，場所の問題や職員の体制上の課題（少ない）などから難しい場合がある。 ×　良心館コンビニ店では，昼休み時間の 50 分で，約 1,200 人の客数があるため，ピーク時はレジ袋の要不要の声掛けが難しい。１限目と２限目の間，４限目と５限目の間も人が集中する時間帯でそのときも困難である。（5，５００人/日ほどが利用）作荷台のスペースはせまく，人が多いときにセルフでレジ袋に入れてもらうとなると混雑さを拡大させる。 ×　資源ごみの回収は，一括して同志社大学として行っており，生協単独で行っていない。回収の関係などハードルが高い。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	2	［小売］量り売りや簡易包装，省容器包装販売の推進	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・惣菜の量り売りを限定的に実施しているケースはある。 ・畜産物のノントレイ包装販売 ・再生トレイの利用	□　量り売りの場合，フタをしているが，お客さんがパックに入れる際の衛生面の問題は残る。 □　量り売りをして，その後残ったものをパックに詰めて販売する場合，添加物等の表示義務が発生し，ラベルを貼付けなければならないため，手間がかかる。 □　ノントレイ販売は鶏肉の塊のみ実施している。 ×　豚肉，牛肉のノントレイ包装は，ドリップなどの関係もあり，やりにくい。また，スライスなどの薄い肉のノントレイもやりにくい。 □　ノントレイ包装の商品は二重に袋に入れてしまう可能性がある。
	中小規模スーパーマーケット	・容器包装リサイクル法への対応が必要であるため，容器包装を減らす努力は行っている。 ・量り売りをやっている店舗もある。 ・ロール袋の取り過ぎを防ぐため，一枚ずつしかとれないような機械を導入している。 ・ノントレイ包装器を導入している店舗もある。	×　トレイ⇒袋売り，袋売り⇒裸売りについて，日本は消費者の鮮度意識が高いので，対応が難しい品が多い。 △　すべての品目を小分け化するのは難しい。 ×　量り売りは職員を一人増やす必要があり，コスト面で難しい。 □　スーパーマーケットはセルフサービスが前提であり，セルフでできる範囲でお願いしたい。 ×　ノントレイ包装器は包装に時間がかかるため，生鮮食品の鮮度を落とし兼ねない。 □　惣菜の量り売りは衛生上の問題もあるが，各企業が何を重視するかは企業次第である。
	コンビニエンスストア	・容器包装資材の薄肉化・軽量化，規格変更 ・包装が不要なお客様にはお渡ししないことが大前提な中で，簡易包装，省包装に関する声掛けを実施 ・店内調理品については，量り売りではないが，必要個数のみを柔軟に販売	×　量り売り販売はスペースの問題等があり困難
	小規模小売店	・例えば，メガネ屋では，大げさな包装にならないよう，簡易な紙包装にしている。 ・実施している。 ・食肉については実施，水産物ついては未実施	△　高価な商品に対してはそれなりの包装が必要になるので，その辺は難しいところである。 △　鮮魚の販売は，発泡スチロールが必要な場合が多々ある。
	百貨店	・お中元とお歳暮の包装については，極限に近いくらい簡易化が進んでいる。 ・お惣菜売場などでは量り売りを一般的に行っている。	□　持ち歩く際の外見への配慮から，レジ袋ではなく紙袋を希望されるなど，丁重な包装に対するニーズもある。
	ドラッグストア	・該当する販売品がほとんどない。	□　該当する販売品がほとんどない。
	ホームセンター	・大きい品物は，テープやひもだけで対応することが多いと思われる。	
	家電量販店	・ＷＥＢ注文の商品については，簡易包装を推奨している。（ex.ＣＤ類は厚紙で挟むだけ，小さい商品は圧着袋で郵送　等） ・大きな商品は，なるべくレジ袋は使用せず，シール貼付で対応するようにしている。 ・緩衝剤についても，メーカーの簡易包装化は進んできている。 ・大きい商品は 10cm 幅の帯状の包装紙の貼付で対応している。 ・展示品を購入された場合は，段ボールに入れずに，そのまま商品を引き渡すなど，ごみの量が最小限ですむようにしている。	×　おもちゃの包装等，サプライズを演出するための目隠し的な役割を持っている包装については，サービスの面で必要である。 □　対応できるものについては実施済みである。 □　可能なものは対応している。

取組項目	2	［小売］量り売りや簡易包装，省容器包装販売の推進	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
	パン販売店	・ミニクロワッサンの量り売りをしている店はある。 ・進々堂ではしていない。	×　袋は包装紙メーカーで製造しているが，袋の厚みを薄くできる部分は少ない。
	酒販店	・基本的に量り売りはしていないが，一部で，つぼや蛇口付きの樽に昔ながらの量り売りをしている店舗がある。	×　進物用などは簡易包装は難しい。
	書店	・ブックカバーについては，お客様から御要望のない限り提供していない。また，あらかじめお客様に意思確認している店舗もある。レジのところに「ブックカバー希望のお客様は申し出てください。」と表示している店舗もある。	□　各書店ともブックカバーは，コスト面や手間面からも廃止する方向にしている。しかしながら，レジ袋までやめてしまうと，清算済の商品か判別しにくく，万引きを増長させる恐れがあるため，レジ袋はやめられない。書店は小売業の中でも万引き率が一番高く，警察とも調整しながら，対策しているが効果的なものがないというのが現状である。書籍に直接シールを貼るわけにもいかない。
飲食業者	飲食店		
	カフェ ファストフード	・該当する販売品がほとんどない。	□　該当する販売品がほとんどない。
観光事業者	ホテル・旅館	・近年は観光客の利用も増えているが，元々はビジネスホテルであり，土産物売場等がないため，買い物に伴ってごみが出る機会は少ない。 ・お客様の要望による。 ・特に行っていない。 ・量り売りに適した商品を取り扱っていない。 ・簡易包装は，パンなど一部で行っている。	□　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　京都の旅館やホテルで売店のあるところは少ないのではないか。大きな店舗はテナントになっているところがある。 □　旅行先でのお土産品と，生活使用の品では購入動機が違う。 ×　簡易包装等については，贈答品の購入が多いため，積極的な展開が難しい。 □　土産物は既に包装がされている。 ×　土産物などでお客様がホテルならではの包装を希望されるため，現実的には難しい。 □　安価な素材で見栄えのする包装材等を京都市で考案し，統一されたロゴ等を印字したものを共通で使用するのはどうか。ただし，ブランド力の高い事業所では実施が難しい場合も考えられる。
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・取扱商品の関係で，量り売りが出来ない。 ・良心館コンビニ店では，取扱商品の関係で包装することがほとんどない	□　生協の取扱商品では，量り売りに対応できる商品の取扱いがない。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	3	［小売］容器包装の少ない商品のＰＲ（商品棚への表示など）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・ノントレイ包装の表示はやっている。	□　環境に良いから省容器包装の商品を選ぶという消費者は少ないと思う。
	中小規模スーパーマーケット	・特に取り組んでいない。 ・特になし	□　メーカーの優劣をつけてしまうことになるので，店舗側にとってはかなり取り組みにくい。 □　日用品の詰め替え容器などであれば可能かもしれないが，基本的には単価の安さを理由に選択されており，ごみ減量が選択の基準になってはいないと思う。 □　包装が減らされた商品を選ぶことによる消費者のメリットまで含めてＰＲしなければ，結局は価格で判断されることになると思う。 □　シャンプーや洗剤などは，詰め替えの方が需要が増えている。 □　東海三県一市で「グリーン購入キャンペーン」という，消費者へグリーン商品の購入を促す事業を実施している例がある（購入時のレシートを送ったら懸賞が当たる）。 □　自治体が主導となり，キャンペーンなどで環境に配慮した商品などのＰＲをやってもらえれば，店舗としてもありがたい。 □　行政とスーパーがタイアップして，消費者に訴えかけるようなことができればベストである。
	コンビニエンスストア	・詰め替え商品の取り扱いは増加	×　商品棚への表示等は，店舗スペースの関係で困難
	小規模小売店	・特になし。 ・特に行っていない。 ・実施していない。	□　食肉は包装せず商品棚へ陳列するのが主な販売方法である。 △　鮮魚を扱うので，必要最低限の包装は欠かせない。
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　販売促進は，食べ物であれば美味しいなど，商品本来の価値に基づいて行われるものである。 □　現状の商品包装の在り方を変えるためには，店頭の取扱い方だけでは難しく，仕入先などに遡って巻き込む必要がある。 □　全国展開の商品の販売方法は改めにくいが，京都ならではのものづくりをしている事業者を市が支援し，京都らしく環境にやさしい商品として販売する仕組みをつくってはどうか。
	ドラッグストア	・特に取り組んでいない。	□　該当するのは詰替え容器くらいであるが，単価が安いので既に利用率は高い。
	ホームセンター		×　省容器包装販売の推進について，メーカー品では対応が難しいと思われる。
	家電量販店	・実施していない ・実施していない。	□　該当する商品がほとんどない。 □　該当する商品がほとんどない。
	パン販売店	・していない	□　フランスパンをかばんにさしている姿などは日本では想像しにくい。
	酒販店	・なし	×　容器包装の多い少ないの差がないのでＰＲできない。

取組項目	3	［小売］容器包装の少ない商品のＰＲ（商品棚への表示など）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
	書店	・していない。	△　京都市からＰＲグッズの提供を受けた場合は，掲示可能。
飲食業者	飲食店		
	カフェ ファストフード	・該当する販売品がほとんどない。	□　該当する販売品がほとんどない。
観光事業者	ホテル・旅館	・近年は観光客の利用も増えているが，元々はビジネスホテルであり，土産物売場等がないため，買い物に伴ってごみが出る機会は少ない。 ・特に行っていない。	□　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　京都の旅館やホテルで売店のあるところは少ないのではないか。大きな店舗はテナントになっているところがある。 △　今後の検討は可能である。 ×　土産物などでお客様がホテルならではの包装を希望されるため，現実的には難しい。
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・リサイクルできる弁当容器を使用（「はがす容器」） ・該当無し ・リサイクルできる弁当箱（「はがす容器」）の利用促進をしている例もある。 ・グリーン購入法対応商品を含むコープ文具の利用促進 ・特段の PR はしていない。	□　容器の回収率は４～５割程度である。回収した容器はメーカーに配送する（無償で送付するので，搬送費用は生協負担）。「はがす容器」の認知度は９割を超えて高いのだが，弁当を食べる場所が，回収ボックスのある生協施設から離れた教室，屋外のベンチなどのため，回収率が高くない。弁当容器はコストが通常のモノより高く，形のバリエーションも限られている。弁当における「はがす容器」弁当の販売シェアは３～４割(約 16 万３千食/年)である。食材は生協で製造しており，出来立て等の理由から売れ行きは良い。他の弁当業者が販売している容器は通常のモノで，コスト面から導入いただくことは難しい。 □　該当無し ×　商品棚への掲示を生協が独自で実施するのは難しい。 ×　取扱商品の関係で，包材での差別化が難しい。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	４	［小売］レジ袋の使用辞退を促す声掛け又は「レジ袋必要です」カードのレジへの設置	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・実施している（京都市内はレジ袋有料化のため「１枚＝５円」のカードをレジに設置）	
	中小規模スーパーマーケット	・「レジ袋いりません」カードを置いている例はある。 ・声掛けは購入点数が少ない場合には大体していると思う。 ・実施している。	□　辞退を促すのはお客さんに失礼であり，クレームの原因になる恐れがある。例えば「袋にお入れしてもよろしいでしょうか？」というような聞き方でもよいのであれば可能かもしれない。
	コンビニエンスストア	・コンビニエンスストア（ＣＶＳ）全店舗で，お客様への声掛けを実施している ・自治体と連携を図り，「スタンド「ＰＯＰ」をレジ周辺に掲示し，来店客に対し訴求（大垣市，福岡市，武蔵野市等） ・飲料など，レジ袋を使用しない場合に商品に貼るシールを自治体との連携で作成・使用（杉並区，西宮市，泉大津市）	□　レジ袋削減の取組はお客さまへの周知徹底が重要であることから，自治体の協力は必要不可欠 □　レジ袋不要カードは，一部の自治体で実施したが，使用頻度は低い状況であった。 □　ＣＶＳの業態特性上，マイバッグを持参されるお客様が少ないことと，温めたお弁当や惣菜，店内調理の揚げ物やおでん・中華まん，冷たいアイスクリーム等，温度帯の異なる商品を販売していることから，安全・衛生の観点においてもレジ袋は必要
	小規模小売店	・特に行っていない。 ・実施していない。	×　スーパーで行っているような，「レジ袋要りますか」といった声掛けは，客離れの恐れがありできない。 ×　（食肉，水産物）生ものを扱っているため，それ相応の袋（レジ袋）は必要不可欠である。 ○　お客様が別の袋を持参した場合，それに入れることは可能である。 ×　（水産物）組合のＰＲのため，ロゴ入りレジ袋を組合として作成しており，組合の取組としては実施困難である。
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。ただし，レジ袋削減の取組として，百貨店協会が制作しているスマートエコバッグを加盟店が販売している。	□　少人数かもしれないが，苦情を受ける可能性が高い（トラブルリスクは信用に関わる）。 □　行政がバックアップしている取組だと説明しても，それで苦情を言う人が皆無になるとは限らない。
	ドラッグストア	・マイバッグによる万引きが課題であることから，特に取り組んでいない。	△　市の制度で声掛けが求められるのであれば協力しなければならないと思うが，万引き対策については何か配慮を考えていただきたい（例えば，レジ袋削減の貼り紙に万引き防止も付記するなど）。 □　京都市と小売全体が一緒になって取り組んでいる雰囲気づくりやＰＲをお願いしたい。例えば，コンビニエンスストアエンスストアやスーパーマーケットでも類似品を販売しているので，そうした他の業界とも足並みを揃えた制度にしていただきたい。 □　ごみに占めるレジ袋自体の量はそんなに多くないと思うので，レジ袋の削減はそれ自体の減量よりも，ごみ減量の意識付けに繋げるための対策であるということをしっかり市から伝えてほしい。
	ホームセンター		
	家電量販店	・声掛けについてはまさに社内で検討中であるが，未だ実施には至っていない。 ・小さい商品の声掛けはやっている（商品が複数ある場合は除く）。	□　マイバッグを持参して家電量販店に来るお客さんはほとんどいないことが想定されるため，サービスの悪化を招く。一方で，レジ袋を出さないことは，経費の削減になる。 △　レジ袋を使用する商品は限られており，商品によっては対応が難しいと思うが，不可能ではない。 △　家電量販店にマイバッグをもってこられる方はほとんどいない。 □　お客さんからすると，レジ袋を持っていることは，店で買い物をしたことのアピールになり，店員から声をかけられずにゆっくり店内を見て回れるという心理がある。 △　行政主導のもと，義務化という形でやるのであれば，対応は可能である。義務化された方が営業はやりやすい。
	パン販売店	・特にしていない。	○　可能
	酒販店	・なし	□　酒屋はほとんど一見の客がいないので，特に声をかけたりする必要はない。

取組項目	4	［小売］レジ袋の使用辞退を促す声掛け又は「レジ袋必要です」カードのレジへの設置	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
	書店	・ブックカバーについては，お客様から御要望のない限り提供していない。　また，あらかじめお客様に意思確認している店舗もある。　レジのところに「ブックカバー希望のお客様は申し出てください。」と表示している店舗もある。	□　各書店ともブックカバーは，コスト面や手間面からも廃止する方向にしている。しかしながら，レジ袋までやめてしまうと，清算済の商品か判別しにくく，万引きを増長させる恐れがあるため，レジ袋はやめられない。 書店は小売業の中でも万引き率が一番高く，警察とも調整しながら，対策しているが効果的なものがないというのが現状である。書籍に直接シールを貼るわけにもいかない。
飲食業者	飲食店		
	カフェ ファストフード	・レジ袋の代わりに，紙袋や生分解性プラスチックの袋の使用などに取り組んでいる。	×　そもそも飲食の際にマイバックを持参するといった前提がなく，環境が整っていないため，実効性が伴わない可能性が高い。 ×　テイクアウトは，店内飲食の延長（代替）行為とも考えられるため，衛生もしくは安全管理上，持ち帰り専用の容器包装を使用せざるを得ない場合が多い。
観光事業者	ホテル・旅館	・近年は観光客の利用も増えているが，元々はビジネスホテルであり，土産物売場等がないため，買い物に伴ってごみが出る機会は少ない。 ・レジ袋の要否確認を行っている。 ・特に行っていない。	□　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　京都の旅館やホテルで売店のあるところは少ないのではないか。大きな店舗はテナントになっているところがある。 ×　土産屋の袋は，製造販売者のＰＲという観点で配布されている店もあるので，積極的に袋を出さないようにと言うのは難しいところもあると思う。 ×　土産物の持ち帰りにはレジ袋が必要である。 ×　物販スペース（規模自体が大きくない）がレストラン内にありレジを共有しているが，レストラン客が圧倒的に多いため，検討していない。 ×　土産物などでお客様がホテルならではの包装を希望されるため，現実的には難しい。
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・レジ袋は原則渡しておらず，看板等で周知を実施している（要望があった場合のみ無料配布）。 ・「取組項目１」と同じ ・レジ袋の削減を中心にＰＲされている例がある ・マイバッグの販売 ・レジ袋なしや有料の対応を行っていない ・「レジ袋不要」と申し出た方については，店舗シールの添付で対応している	□　学外者への徹底が難しい。京大には観光目的で学外の方も来られて，その方がお土産を買われる際にレジ袋を求められる。(時計台前店が多い。配布率１３％）桂のＢクラスター店もレジ袋使用率が高い（１８％）。遠方のＣクラスターから来られる方がもらって行かれる傾向がある。学生は入替わりがあるので，毎年伝える必要がある。新入生のガイダンスで学校側から時間をもらうなど，告知に取り組んでいる。さらに外部進学の大学院生へは，生協から接触できる機会がないので，店頭での働きかけに頼るしかない。 □　コンビニエンスストアとの競合を考えるとレジ袋削減はサービス低下と見られる懸念があるが，そこにこだわらず環境配慮への理解を求めるようにしている。 □　１２時過ぎから１３時過ぎに大変な混雑がある。学生数に対してスペース的に足りていない感があり，混雑時を効率的に捌く必要がある。これ以上作業を増やすことができないのが現状である。レジ袋のサービスがなく自身のバッグに入っていることで商品が購入されたものかどうかが分からなくなる。その場合，動線の見直しなどが必要となる。マイバッグ（エコバッグ）の販売を過去にしたが，学生の方はバッグを持って来られているので，あまり売れなかった。 ×　昼休みに客が集中するので，ピーク時の声掛けは難しい。 □　必要な人はサッカー台でレジ袋をお取りいただくという方法も考えられる。 ×　昼休みのピーク時は，レジスピードを上げなければならないため，声掛けが難しい。(購入品目が３，４点あると袋を求める方が多いと考える。）

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	5	［小売］レジ袋削減効果の高い，レジ袋有料化又はポイント還元（キャッシュバックも含む）の実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・有料化を実施している。	□　やるのであれば，市全体でやった方が浸透しやすいのではないか。 □　義務化という形の方が，営業はやりやすい。
	中小規模スーパーマーケット	・有料化もポイント還元も実施例はある。 ・実施している店舗もある。	□　レジ袋有料化で売上げが７％落ちた例がある。地域内で一斉にやって，逃げ場がないようにすれば，売上げは落ちないと思う。行政区ごとなど段階的に地域を広げていくやり方でもよいと思う。 □　同時に，マイバッグの無料配布を行えば更に効果が上がると思う。 □　やるのであれば，全ての店舗で義務化という形でやって欲しい。 □　全ての業態でやるべきである。 □　京都は消費者の意識も高いので，浸透しやすいのではないか。
	コンビニエンスストア	・レジ袋有料化は実施していない。 ・一部のＣＶＳでは地域限定や期間限定にてポイントサービス等を実施（レジ袋不要や限定バーコード付きマイバッグ持参のお客さまにポイント付与）なお，レジ袋削減効果は小さい ・自治体との連携で，日時を決めて数量限定でマイバッグを配布するキャンペーンを実施（泉大津市など）	×　ＣＶＳの業態特性や安全・衛生の観点からレジ袋は必要であり削減のための有料化は相応しくないと考えている。 □　市との連携によるマイバッグ配布のキャンペーンや，インパクトのある啓発を実施するなどの取組の方が，ごみ減量意識の向上効果は高いと思われる。 ×　ポイント還元についてはその原資負担に加え，既存のポイントカードの活用も京都市域限定では難しい（カードがない企業もある）また，レジでスタンプ押印する等のオペレーションも煩雑になることから難しい。 ×　CVS 各社はそれぞれの募金箱を設置しており，レジ袋を対象に新たに募金箱を設置することはスペースの制約からも困難。仮に既存の募金箱を利用する場合も，既存の寄付先との関係から期間は限定的となる上，その使途の説明責任も求められる。
	小規模小売店	・レジ袋を辞退するとポイントを付与し，リサイクルで作ったティッシュペーパーと交換できる制度を実施している。 ・商店街内大型店舗でも独自の取組みを行っている。（レジ袋有料化，レジ袋ポイント還元） ・以前，レジ袋を辞退したら商店街のくじに参加できるイベントを何回か実施していた。（お客さんは，そのくじで何がもらえるかに興味があるので，再生紙のトイレットペーパー等では満足しなくなっている。） ・実施していない。	□　近くの店舗が２０年程前にお客さんにレジ袋を提供しない取組をして廃業になったことなどから，レジ袋有料化など，お客さんが不愉快に思われるかもしれない取組はできない。 △　商店街で古紙・古着の回収を行っており，20kg で１００円の金券と交換するスタンプカードを作っている。それにレジ袋を辞退したら特典をつけるといったやり方なら実施できるかもしれない。 ×　（食肉，水産物）生ものを扱っており，サービスとしてレジ袋は必要不可欠である。 □　（水産物）組合のＰＲとして必要である。
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　有料化は，少人数かもしれないが，苦情の可能性が高い。 □　ポイント制は実質値下げにつながるため難しい。 □　数年前，あるエコバッグが流行したが，あれくらいの大きな動きがあれば，可能性が出てくるかもしれない。
	ドラッグストア	・マイバッグによる万引きが課題であることから，特に取り組んでいない。	×　マイバッグによる万引きが喫緊の課題であり，できればレジ袋を利用してもらいたいという側面があることから，インセンティブを付けるところまで踏み込むことは難しい。
	ホームセンター		△　他業態と比べるとレジ袋の使用は少ないと思われる。しかし，レジ袋を使用する商品も多く見られることから，方策は今後の課題ではあるが，レジ袋削減に努めることも可能と思われる。
	家電量販店	・検討はしたことあるが，実施には至っていない。 ・実施していない。	□　マイバッグを持参して家電量販店に来るお客さんはほとんどいないことが想定されるため，サービスの悪化を招く。一方で，レジ袋を出さないことは，経費の削減になる。 □　経費を削減することができる。 □　サービスの低下につながるので，有料化してまでレジ袋の削減をやろうとは思わないが，行政主導で義務化という形ならば可能であると思う。そうなると商品価格を値引きして対応するような形になるのではないか。 △　行政主導のもと，義務化という形でやるのであれば対応は可能である。義務化された方が営業はやりやすい。
	パン販売店	・過剰包装を抑える程度 ・手提げ袋の客に金券（１０円）を渡していた。（現在は，金券管理が難しいことからやめている。）	△　条例などで規定してもらえば可能 ×　パンを一つづつ入れる袋は必要である。（卸が製造したパンは個別に包装されているが，店で焼くパンは陳列時は包装していないことが多い。）

取組項目	5	［小売］レジ袋削減効果の高い，レジ袋有料化又はポイント還元（キャッシュバックも含む）の実施	
業種	**業態**	**現在の取組**	**対応の可否・課題・提案 等** **意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）**
	酒販店	・びんを返却してもらい現金を還元している店舗が多い。中身だけの値段で売っている店舗もある。最近は，一升瓶から紙パックにかわってきている。店に帰ってきたびんはびん商に売る。	○　びんの返却については可能である
	書店	・していない。	×　有料化等の実現は困難である。
飲食業者	**飲食店**		
	カフェ ファストフード	・レジ袋の代わりに，紙袋や生分解性プラスチックの袋の使用などに取り組んでいる。	×　そもそも飲食の際にマイバックを持参するといった消費者意識がなく，環境が整っていないため，実効性が伴わない可能性が高い。
観光事業者	**ホテル・旅館**	・近年は観光客の利用も増えているが，元々はビジネスホテルであり，土産物売場等がないため，買い物に伴ってごみが出る機会は少ない。 ・特に行っていない。	□　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　京都の旅館やホテルで売店のあるところは少ないのではないか。大きな店舗はテナントになっているところがある。 ×　土産屋の袋は，製造販売者のＰＲという観点で配布されている店もあるので，積極的に袋を出さないようにと言うのは難しいところもあると思う。 ×　宿泊・観光客向けの土産物にはレジ袋が必要である。 ×　主に土産物を販売しているところ，有料化は購買意欲を削ぎ，ポイント還元は土産物では効果が見込まれない。 ×　現在のニーズにかんがみて，有料化は難しい。 ×　ホテルでは高品質の商品を相当の価格で販売しており，包装までが販売商品として確立されているため難しい。
大学	**国立大学法人等**		
	大学生協	・レジ袋を有料化している例はある。 ・ポイント還元はあまりないと思われる。 ・レジ袋について，要望される方のみに無料配布 ・レジ袋の削減に係る趣旨の吊り下げ看板を設置している。 ・レジ清算時にはレジ袋を渡しおらず，レジ袋が必要な方は精算後に自身でレジ袋をとって商品を入れる形となっている。購入数が少なければ，シールを貼っている。 ・レジ袋の有料化をしていない。	□　更なるレジ袋不使用を図るため，継続して周知徹底に取り組む必要がある。（毎年学生が入れ替わるため） □　有料化について，滋賀県のキャンパスで導入を検討したことがある。精算時における作業が増え，混雑が増すとの懸念から実施に至っていない。学生証がＩＣカードとなっておりポイント制も既にあるが，精算システムの変更（コスト発生）や，ＩＣを活用されない学生などの対応などが課題としてある。生協は組合員のためにあるので，混雑発生などのサービス低下は招きたくない。組合員との論議や合意づくりが必要。 ×　学生の負担増に繋がるレジ袋有料化は難しいと思われる。 ×　ポイント還元はスタンプ押印等のオペレーションが大変である。 □　学外者への徹底が難しい。京大には観光目的で学外の方も来られて，その方がお土産を買われる際にレジ袋を求められる。（時計台前店が多い。配布率１３％）桂のＢクラスター店もレジ袋使用率が高い（１８％）。遠方のＣクラスターから来られる方がもらって行かれる傾向がある。学生は入替わりがあるので，毎年伝える必要がある。新入生のガイダンスで学校側から時間をもらうなど，告知に取り組んでいる。さらに外部進学の大学院生へは，生協から接触できる機会がないので，店頭での働きかけに頼るしかない。 □　コンビニエンスストアとの競合を考えるとレジ袋削減はサービス低下と見られる懸念があるが，そこにこだわらず環境配慮への理解を求めるようにしている。 □　１２時過ぎから１３時過ぎに大変な混雑がある。学生数に対してスペース的に足りていない感があり，混雑時を効率的に捌く必要がある。これ以上作業を増やすことができないのが現状である。レジ袋のサービスがなく自身のバッグに入っていることで商品が購入されたものかどうかが分からなくなる。その場合，動線の見直しなどが必要となる。マイバッグ（エコバッグ）の販売を過去にしたが，学生の方はバッグを持って来られているので，あまり売れなかった。 ×　良心館コンビニ店のピーク時の客数と商品管理上の問題で，レジ袋を一気に無くすことが難しい。 △　ポイント制導入はシステム的には可能であるかもしれない。（現在も時間帯によって，提供ポイントを変えている）

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	６	［小売］カフェ，コンビニエンスストアエンスストア等でのマイボトル使用を促す消費者への声掛け	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット		□　該当なし（フードコードはテナント）
	中小規模スーパーマーケット		□　該当なし
	コンビニエンスストア	・協会統一としてお客様に対する声掛けは実施していないが，マイボトルを販売することで消費者へのＰＲに繋がると考えている	□　実際にマイボトルでの販売を行っている一部のＣＶＳを除き，消費者への声掛けは行っていないのが実態である
	小規模小売店	・特になし。 ・特になし。 ・商店街には１店舗だけ喫茶店があるが，店のコップで提供している。マイボトルでの提供はあまり想像できない。	
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　マイボトルが衛生的かどうか分からず，洗うのも失礼なので，食中毒等のリスクが伴う。 ×　値下げが必要になり，コスト面の課題がある。 ×　同量での提供が難しい。計量すると，店員の作業量と人件費に影響する。
	酒販店	・なし（一部，立ち飲み屋があるが事情はわからない。）	
	パン販売店	・特にしていない。	△　できるとすればコーヒーの提供時。 △　テイクアウトなどでは可能である。
飲食業者	飲食店		
	カフェ ファストフード	・一部にオリジナルマイタンブラーを販売している例がある。 ・持ち帰り可能なカフェでは，マイボトルを利用できるところもある（ポイント還元などの例もある。）。	×　衛生上の問題で，お客様のマイボトルを煮沸する必要がある，そのための機械の導入も必要になるため，一律の対応は難しい。
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・なし。テスト展開はあった。その時は，職員がついて，お客様のマイカップを消毒したうえで提供していた。現在，２箇所の生協食堂で飲料物を販売している。セルフサービスで紙コップに飲料を入れてもらい，レジで精算している。 ・カフェ店舗において，紙コップで飲料を提供している。マイボトルは実施していない。 ・マイボトル自販機を導入している例がある。 ・カフェでは，マイボトルでの販売は実施していない。 ・紙コップが主で，アイスコーヒーなどにプラスチック製の容器を用いている。（良心館１階カフェ：６００人/日利用）コンビニでも，実施していない。	□　マイボトルの使用は衛生面で心配がある。また，セルフサービスで販売のため，マイボトルに２杯分入れる方などへの対応が難しい（現在，紙コップを使用しているが，２杯分入れる方がいる）。 □　実施にあたっては，衛生面での懸念がある。 ×　保健所の指導の関係で，衛生面の問題がない紙コップを使用している。また，セルフサービスであるため，料金と引き換えで紙コップをお渡しして利用していただくオペレーションとならざるを得ない。 ×　設備･器具の制約，商品管理上の問題がある。狭い店舗で機械を置いて，セルフに任せることができるかは未知数である。（ベンダーから，自動販売機でマイボトルが設置できる機械があることは聞いたことがある。）

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	7	［小売］カフェ，コンビニエンスストアエンスストア等でのマイボトル持参者への飲料のみの提供	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット		□　該当なし
	中小規模スーパーマーケット		□　該当なし
	コンビニエンスストア	・マイボトルでの販売は一部のＣＶＳにて実施 ・実施チェーンでは，マイボトルの場合１０円引きで，ポイントカード利用者は更に４０円引きとなる。 ・一部のコーヒーショップチェーンでも同様のサービスが行われている ・一部のファストフードチェーンでは，マイボトルでの提供が可能なケースもある（フードコートは除く）	×　マイボトルでの販売は，衛生上の問題がリスクになることや，セルフのコーヒーマシンがボトルに対応できない等の問題があり難しい。 ×　ほとんどのチェーンがセルフによる販売であり，カップのサイズで精算するため，マイボトルへの対応は難しい。
	小規模小売店	・特になし。 ・特になし。 ・商店街には１店舗だけ喫茶店があるが，店のコップで提供している。マイボトルでの提供はあまり想像できない。	×　マイボトルの使用は衛生面での心配があり困難である。（食中毒になった時の責任が店側にあるのか，マイボトル持参者の自己責任になるのかなど）
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　マイボトルが衛生的かどうか分からず，洗うのも失礼なので，食中毒等のリスクが伴う。 ×　値下げが必要になり，コスト面の課題がある。 ×　同量での提供が難しい。計量すると，店員の作業量と人件費に影響する。
	パン販売店	・特にしていない。	△　できるとすればコーヒーの提供時。 △　テイクアウトなどでは可能である。
	酒販店	・なし（一部立ち飲み屋があるが事情はわからない。）	
飲食業者	飲食店		
	カフェ ファストフード	・一部にはオリジナルマイタンブラーを販売している例がある。 ・持ち帰り可能なカフェでは，マイボトルを利用できるところもある（ポイント還元などの例もある。）。	×　衛生上の問題で，お客様のマイボトルを煮沸する必要がある，そのための機械の導入も必要になるため，一律の対応は難しい。
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・なし ・実施していない。 ・マイボトル自販機を導入している例がある。 ・マイボトルでの販売は実施していない。	□　衛生上の問題があると考える。（生協ではなく，大学の所管となるが，タリーズコーヒーがマイボトル対応を行っており，３０円引きでされている。） □　実施にあたっては，衛生面での懸念がある。 ×　保健所の指導の関係で，衛生面の問題がない紙コップを使用している。また，セルフサービスであるため，料金と引き換えで紙コップをお渡しして利用していただくオペレーションとならざるを得ない。 ×　設備･器具の制約及び商品管理上の問題がある。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	８	［小売］割りばし利用辞退を促す声掛け	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・実施している	
	中小規模スーパーマーケット	・割りばしだけでなく，スプーンやフォーク，ストロー等は基本的に付けない。お客さんから要請があればお渡しする。	□　他の業界ではあるが，コンビニエンスストアエンスストアでは基本的に付けており，食品を複数購入された方には，箸等も複数必要かどうかの確認を行っているようである。 □　５００ｍＬの紙パック飲料は，ストローを使って飲んでいるＣＭを流しており，メーカーにも改善の余地があるのではないか □　ほぼ実施している（定着している） □　割りばしは従来より短くする工夫をしているものもある。
	コンビニエンスストア	・商品には添付せずに販売の時点で必要かどうかを確認している	□　昼時等の繁忙時間帯での徹底は難しいものの，原則，声掛けを行うよう努めている。ただし，ＣＶＳの場合は購入後に外出先や職場で食べる場合があるので「不要ですか？」という声掛けは難しい（「必要に決まっている」という感覚のお客様も多い） □　複数の食品を購入された方には「２本お付けしましょうか？」といった聞き方をするなど，お客さまが選べる聞き方にする必要がある。
	小規模小売店	・間伐材を使用した割りばしを使用しているが，個人的には，間伐材を積極的に利用して，木を使った日本文化に寄与していると思っているので，利用自体はいいのではと思っている。 ・商店街内に４店舗食事処があるが，意識の高いお客さんはマイ箸を持参してくる。	
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　割りばしの本数を聞いた時に不要と言う人は少ないと聞く。 □　割りばしが入っていなかっただけで苦情を言う人も，ごく稀にいると聞く。
	パン販売店	・使っていない	
	酒販店	・なし（一部立ち飲み屋があるがおつまみのほとんど乾きものではしは使わないのではないか。）	
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・割りばしは不使用（食堂）ショップでの弁当には割りばしが用いられている（間伐材） ・間伐材の利用促進をはかるため，売店では割りばしの利用を促進している。 ・食堂では割り箸使用はしていない。 ・良心館コンビニでは対応できていない。	□　割りばしを置かないことによる影響は分からない。オープンキャンパスなどで来場者数が多い際は，割りばしによる対応が必要となる。 ×　森林保全のため間伐材利用割箸を導入している場合，割りばしの利用辞退を促すことは難しい。 ×　昼休みのピーク時は，レジスピードを上げなければならないため，声掛けが出来ていない。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	９	［小売］食料品の小分け販売や量り売りの実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・一部でやっている。 ・野菜のばら売りは増えてきている。 ・惣菜は透明トレイに詰める方法で販売している。	△　惣菜用の袋については，商品が崩れたりする可能性があるが，揚げ物くらいはできると思う。
	中小規模スーパーマーケット	・１個売りしているものもあれば，そうでないものもある。 ・量り売りはほとんどない。 ・惣菜の袋売りを実施しているところもある。 ・客の利便性を意識して，均一価格の惣菜を仕切りのあるトレイに入れるようなものもある。	△　すべての品目を小分け化するのは難しい。 ×　量り売りは職員を一人増やす必要があり，コスト面で難しい。 □　スーパーマーケットはセルフサービスが前提であり，セルフでできる範囲でお願いしたい。 □小分け販売や量り売りは，お客さんが買い物をしやすいようにということを意識してやっている。（例）２・３の原則：１つの品を２つ入りと３つ入りに切り売りすれば，あらゆる家族層に対応できる（単身者が増えている昨今は単身者用の販売も地域によっては必要である）。
	コンビニエンスストア	・一部の CVS では，店内調理商品を必要数だけ販売する等を実施している	□　店舗スペースや衛生上の問題等がから実施できない状況がある
	小規模小売店	・商店街なので，店舗によっては，小分け販売も量り売りも行っている。 ・実施している。 ・（食肉）量り売りが基本であるので，実施している。 ・（水産物）必要に応じて実施している小売業者もある。	
	百貨店	・お惣菜売場などでは量り売りが一般的である。 ・可能な商品については既に実施しているため，品目の拡大は難しい。	
	パン販売店	・田舎ぱんをハーフサイズ，４分の１サイズで提供している。 ・食パンのハーフサイズはよくある。（単身者などが利用）	
	酒販店	・みそなどの調味料を量り売りしている店舗がある。	
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・該当商品なし ・該当商品なし ・実施していない	□　販売スペースの問題があり，いろいろなパターンで併売することは難しい。 □　量り売り用の取扱商品がない

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	10	［小売］食料品の見切り販売（賞味期限の近い商品の値引き等）の実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （〇対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・実施している	□　食料品の売り切りはどの店舗でも定着していると思う。 □　見切り販売の実施を宣伝すると，逆にその時間帯に来る人が増えるだけで，店の利益には繋がらず，食品ロスとは関係のない話になってします。 □　コンビニでの見切り販売は浸透していないと思うので，そこは広げる余地があるのではないか。
	中小規模スーパーマーケット	・見切り販売は，実施しているところと，していないところが二極化している。 ・作ったその日に売り切る必要がある惣菜や弁当は，ほとんどのところが売切りをしている。 ・実施している。ただし，賞味期限が近いから，値引きをするというのではなく，新鮮な商品と遜色のない商品を安く売るために，見切りを行い，商品の売り切りを行うというスタンスでやっている。	□　見切り品の格安ワゴンセールは，在庫処分のようで「売れていない感」が出てしまうので，あまり望ましくはない。 □　例えば，せんべいやチョコは基本的に見切り販売をしないので，売れないものは在庫が増えないうちに棚から外していくことになる。一方で，仕入れを減らしすぎるとチャンスロスを招く恐れもある。 □　残り物をただ値引き販売するだけでは売り切れないため，見切りの方法，値下げのタイミングなど，販売技術が必要である。 □　コストや食品ロスの削減は，店舗としても重要視しているところである。
	コンビニエンスストア	・値引き販売を行うことは可能であり，フランチャイズ加盟店の判断で実施されている。	□　２４時間営業で閉店がないことや，多頻度で商品が入荷されることから，そもそも大量に在庫を持って売り切るという状況は少ない。
	小規模小売店	・廃棄イコールお金を捨てることなので，個店は生鮮品として売れない物は加工するなど工夫して売っている。それでも余った場合は自宅で消費しており，できるだけ廃棄しないようにしている。 ・見切りのタイミングに違いはあるが，どの店舗も実施している。 ・仕入れはギリギリに抑えとにかく売り切ってしまう。どうしても売れなかった時は，自家消費する。（売れ残るとそれがそのまま損失になるため）。どこの店舗も売れ残りが無いよう努力しており，入荷量の見極めに苦慮している。（雨天収穫の野菜は日持ちしないので，入荷を抑えるなどの工夫をしている。）どの店舗も廃棄ロスは年間 10kg も出ていないのではないか。 ・（食肉）食肉の見切り販売は実施していない。ただし，惣菜は実施している。（必要分だけ店頭陳列しており，見切り販売の必要性がない。） ・（水産物）必要に応じて実施している小売業者もある。	
	百貨店	・生鮮食品等で行っている。	
	パン販売店	・していない。（売れ残りは廃棄） ・見切り販売をしているところもある。	×　見切り販売をあてにされると困る。今後も難しい。
	酒販店	・なし（期限切れは自分で飲む。（笑））	
大学	国立大学法人等		

取組項目	10	［小売］食料品の見切り販売（賞味期限の近い商品の値引き等）の実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
	大学生協	・実施していない ・実施していない（過去にやっていた時はあった） ・ルールを決めて見切り販売を行っている例がある。 ・余った惣菜を詰め込んだ弁当を販売している例があった（現在はない。）。 ・値引き等は実施していない	×　経営政策上行っていない。商品の発注精度を高めて売れ残りロスをなくす努力をしているが，値引きをするとなるとニーズ把握が困難になる（「ほしい」ので購入したか「安かった」ので購入したかの判別が不能）。現在，食品残さのリサイクルを考えているところである。弁当，サンドイッチ，おにぎり等の売れ残りは１０％未満である。目標としては５％以下を目指している。 □　売れ残りは，天候不順や休講による影響を受ける。弁当などの売れ残りは，２％以下を目標に取り組んでいる。（実績は約　％）見切り販売は発注精度を下げるため，結果的に売れ残り削減につながるかどうかはわからないのではないか。 ×　廃棄ロスが極力出ないオペレーションを目指して取り組むことは必要であるが，組合員の安全・安心の確保が大前提であることから，見切り販売を必須の手段として求めるのは難しいと思われる。 ×　商品管理と衛生上の点で，販売していない。値引きを行うと，値引き待ちで買う人が増える。 □　当方の方針として，売り切れを起こさないように取り組んでいる。売り切れが発生したときには，苦情をいただいている。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	11	［小売］食料品の売り切れ理由の説明表示（廃棄ロスを抑えた販売の実施と消費者への説明）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・実施していない	×　大手のスーパーで棚から商品がなくなるというのは，豊富な品ぞろえを期待して来られるお客さんの期待を裏切ることになるため，大手のチェーン店では難しいと思う。
	中小規模スーパーマーケット	・数量限定であることをあえて謳って販売促進を行うことがあり，その場合は売り切れ御免，御容赦くださいという説明表示をしている。	□　あえて販売数量を案内する数量限定販売は，販売促進と廃棄ロス削減に繋がるので，推進すればよいのではないか。 □　生鮮品に関しては，多くの店舗では，「ジャストインタイム」という形で，店内加工し，必要なものを必要な量だけ供給するようにしている（閉店時と開店時に何がどのくらい必要か決めている）。 □　グロサリーは，品切れの場合の表示はあるが，ごみを減らすためにやっているという内容のものではない。ごみ減量の観点での表示は微妙である（消費者の理解が得られにくいのではないか）。
	コンビニエンスストア	・特定の商品を除き，売り切れ理由の説明表示は行われていない	□　殆どの商品は多頻度で入荷するため，表示しなければならない状況は発生しない。
	小規模小売店	・特になし ・（食肉）対面販売なので，説明表示をせずに口頭で説明している。 ・（水産物）説明の必要性を感じない。	
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　個人商店では可能かもしれないが，百貨店では理解が得られにくい（品揃え豊富というイメージやニーズに反するため）
	パン販売店	・していない。（ロス率の目標はある。）	
	酒販店	・なし	
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・なし ・実施していない ・Ａランク商品については，品切れ・品枯れをしない発注と陳列をしている。 ・品切れに関する説明表示はしていない。	□　売り切れた商品はそのままで，説明表示を置いていないし，その必要性も感じていない。 ×　職員の体制の関係で（人数が少ない）対応は難しい。 ×　必要性がない。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	12	［小売］店頭回収実施（容器包装，家電，電池，蛍光管等）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・実施している（牛乳パック，トレイ，アルミ缶，ペットボトル） ・トレイは透明トレイ（卵パック含む），発砲スチロールも分別しているが，色つきの物は受け付けていない。 ・小型家電，リユースびんは行政の回収拠点として実施 ・家電コーナーでボタン電池，インクカートリッジの回収を実施	□　アルミ缶，ペットボトル，トレイ等，洗わずに回収ＢＯＸに入れられることがある（夏場の匂いの問題も出てくる）。 □　資源と関係なく，家庭ごみを入れられる場合がある。 □　人目がないところで資源ごみ回収を行うと，不適正なものを入れられる可能性がある。 ○　行政主体の資源物回収にスペースを提供することは可能である。 □　ポスターなど行政の啓発があれば助かる。
	中小規模スーパーマーケット	・紙パックやトレイの回収を行っている店舗がある。 ・実施している。	△　トレイなどの回収をできる範囲でやっていくことが必要であると思う。 □　行政の回収に協力をする場合は可能であるが，途中で辞めるということがないようにして欲しい。地域によっては途中でやめた事例がある。行政が辞めても消費者は持ってくるので，店側が自費で続けなければならなくなる。 □　運搬費用やリサイクル費用を行政が補助するシステムがあれば，店頭回収も進むのではないか。 □　消費者の意識は地域にもよるが，環境にいいことをするには多くの場合，費用がかかるため，事業者の負担増が課題である。
	コンビニエンスストア	・一部の地域では，自治体に代わってペットボトルの回収拠点として協力する取組を実施（拠点からの運搬・リサイクルは自治体が実施）	×　回収ボックスの設置スペースや回収したものの保管スペースの問題等があり，現実的に実施は難しい。 △　ただし，ペットボトルや電池等は前例もあるため，自治体の回収拠点として協力することは可能（事例・・・ペットボトル：東京，電池：横須賀市　等） ※自治体の回収及び住民の方への排出方法等に関する周知徹底を確実に行うことが条件となる □　実施に当たっては，ルールをきっちり決めていただくことが大前提である。 □　回収に関する問い合わせやイレギュラーケースへの対応が店舗で生じるため，店舗の負担が増えることが課題
	小規模小売店	・商店街全体の取組として，乾電池，蛍光管の回収ＢＯＸを設けている。（資源物回収拠点への協力）また，使用済みてんぷら油の回収月１回行っており，５０～６０Ｌは回数される。 ・店舗によっては，トレー，発泡スチロール，輪ゴムなどを回収している。 ・商店街全体の取組として，古紙・古着の回収を行っている。 ・ペットボトルのキャップの回収も行っている。 ・電池の回収も昔はやっていたが，あまり電池の排出がないため，現在は行っていない。 ・環境の取組は理事の店舗で実施することが多い。 ・（食肉，水産物）実施していない。取組は困難である。	△　どの店舗も回収スペースがないため，できたとしても小さいもの限定でしかできない。 ×　理念は理解するが，ほとんどが零細事業者で店舗が小さいため，回収するためのスペースもなく，また，費用，負担が増すので厳しい。
	百貨店	・容器については取組事例が少なくないようである。トレー，牛乳パックなど。 ・大手の百貨店は，こうした地域貢献に積極的な傾向がある。	
	ドラッグストア	・特に取り組んでいない。	△　電池であれば，あまりスペースが必要ないので，市から回収箱を提供してもらい，集まったものを回収してもらえるのであれば，協力できるのではないかと思う。
	ホームセンター	・消火器など，いろいろな品目を回収している場合もある。	△　新たな回収を行う場合，スペースの問題と，社員の顧客対応への備え等が新たに必要となるので，ケースバイケースで検討することになると思う。

取組項目	12	［小売］店頭回収実施（容器包装，家電，電池，蛍光管等）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能 ×対応不可 △条件付き対応 □意見・課題等）
	家電量販店	・２次電池やボタン電池，インクカートリッジの回収は行っている。 ・小型家電の回収は，自社で許可を取り，２６年７月から実施（小型：０円，中型：５００円，大型：４０００円） ・乾電池や蛍光管の回収は，検討はしたことあるが，費用対交換の面で厳しいため，実施には至っていない。 ・ただし，買替えの際に持って来られた場合は，サービスとして引きとり，産廃として処理をしている（リサイクルには回っていない。）。 ・電池，蛍光管，インクカートリッジの店頭回収は実施している。 ・蛍光管の買替えの際に使用済のものを持って来られた方には，割引も行っている。 ・小型家電の回収は，現在調整を進めているところであり，今秋くらいから３～４パターンの分類で回収料金を定め，開始する予定である。 ・買い替えの下取り品は従来どおり無料である。	□ 店頭で電池・蛍光管の回収を実施していなくても持って来られるお客さんはいるため，宣伝をしながら大体的に回収をすれば，結構な量になり，週１回くらいの回収が必要になるかもしれない。 ○ 行政が主体でＢＯＸの設置や回収を実施してくれるのであれば，対応は可能である。
	パン販売店	・ない	
	酒販店	・びんの引き取りを実施している店舗がある。ウイスキーやワインンのびんはリユースできない。店頭回収ボックスを百数件で設置していると思う。	△ 全部の店舗で進めてくれるのであれば可能かもしれないが，一部の店舗だけではできない。（リターナブル進めてほしい。）
	書店	・している。ただし，電池のみ。	□ 蛍光管は水銀を含んでおり，長さもあるため回収実施は対応しにくい。乾電池回収ＢＯＸ等の提供はいらない。そんなものをつくるために税金を使うくらいなら，もっと役に立つことに使用してほしい。回収ＢＯＸなどは，自前で作れる。例えば，助成金制度等。
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・実施している。ペットボトル，缶，びん，インクカートリッジ，弁当容器，家電４品目（買替え者を対象），PC（買替え者を対象） ・インクカートリッジと電池の回収を行っている。インクカートリッジは有価でリサイクル業者へ渡している。家電等は通販でのみ扱っているので，回収は行っていない。家電４品目はリサイクル回収のサービスを実施している。 ・インクカートリッジやボタン電池，缶，びん，ペットボトルの回収を行っている例は多い。 ・プリンターカートリッジの回収は実施 ・乾電池は店舗での持ち込み対応のみ ・家電リサイクルはカタログ事業で実施	× 過去に電池の回収を行ったが，学生が生活で使用したものだけでなく，実験室その他の活動から出たもの（事業系（産廃））も入れられていた。電池は市で実施されている回収ルートに乗せられないかと，市に相談したが，折り合いがつかなかったため，産廃契約を結ぶこととなり，多大な費用が発生（１００万円/年）し，取組を維持できなくなったため廃止した。蛍光管はそもそも学内で販売していない。 × 品目が増えても回収ルートがない。 × 回収ボックスを置いて回収する場合，大学によってはスペースの制約で難しい場合がある（エコキャップの回収箱の設置だけでも難しいとの判断に至った例もある。）。 □ 乾電池は分別と保管，及び最終処分の負担がかかる。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	13	［飲食］食べ残さない食事を促進する客へのＰＲ（小盛りメニューの紹介，本市作成ＰＲ媒体の配架，掲示等）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット		
	中小規模スーパーマーケット	・該当なし	
	コンビニエンスストア		
	小規模小売店		
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。	□　ＰＲについては，店内にスペースを確保できない店舗もある。 □　小盛りメニューについては，高級食材を使用する場合など，価格設定が難しいケースがある。
飲食業者	飲食店	・既に小盛りメニューや小ポーションメニューを導入している事例はある。 ・取組状況は不明（未承知）	□　食べ残しは，お客様のメニュー評価につながるものであるため，お客様に対して，上から食べ切りを強制するようなニュアンスにならないように特段の配慮が必要である。 ×　PR 資材などについては、レジ周りや店内のスペースが限られるので、掲示は難しい。また、過剰な掲示物は、むしろブランドイメージを損なう状況である。また、そのような状況での POP 類掲出は、効果が現れにくいと感じる。 ○　小盛りメニューの紹介は価格設定等の問題はあるが，対応可能と考える。 ○　ＰＲ媒体の配架・掲示等は特に問題無し。
	カフェ ファストフード		
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・実施している。ライスのサイズは SS~LL まで５種類ある。・カフェテリア方式で食べる分だけ購入するかたちとなっている。 ・実施していない。 ・量り売りの「サラダバー」は一般的に実施されている。 ・ＳＳサイズなどサイズ選択ができるのも一般的である。 ・ライスの選択肢を拡げている（ライス SS，S，M，L），小鉢メニューの充実，丼メニューはＳ，Ｍ，Ｌの選択が可能	□　カフェテリア方式のため，食べ残しはあまり発生していない。売れ残りは，購入した分の１割に満たないと考える。売れる見込分だけ，「揚げる」「温める（解凍）」方式のため，売れ残りも発生しにくい。 □　食べ残しが多いケースは，教職員が学内や学外の方と行われるパーティや学生サークルの宴会と感じている。年間１００回程度の利用がある。普段の食堂営業分は売れ残りが発生すると利益率に影響するので，細かく追加補充を行い，低く抑える努力を行っている。 ○　既に実施されているので問題ない。 □　メニューを絶やさないようにしているため，売れ残りが結構発生していると考えている。 □　学会や学生のサークルが開催するパーティでは，食べ残しが発生する。 ×　大量出食食堂のため，主菜・麺類での小盛りメニュー等の提供が難しい。 ×　メニューを絶やすと苦情が発生するため，絶やさないようにしている（良心館食堂は席数４８０名で３，０００人/日の利用，明徳館食堂は席数３００名で８００人/日の利用，新町は席数２００名で１，０００人/日の利用がある）。

取組項目	13	［飲食］食べ残さない食事を促進する客へのＰＲ（小盛りメニューの紹介，本市作成ＰＲ媒体の配架，掲示等）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
			□　パーティでは，少し多めに作ることとなる（同志社大学今出川キャンパスではアルコール飲料は提供しない）。
観光事業者	ホテル・旅館	・レストランがテナントで入っているが，把握していない。 ・ホテルのレストランで食べ切りのお願いをすることは雰囲気的にあまりないと思う。 ・お客様の要望によるが，案内はしている。 ・取り皿の変更や小鉢盛りの増加を行った。 ・小盛りメニューの販売は一部店舗で実施している。 ・ビアガーデンでは「食べ残し禁止」の掲示を行っているが，その他は特にＰＲを行っていない。 ・一口サイズのメニューは，種類は少ないがある。 ・バイキング形式の店舗に限り，必要な分だけお取りいただくようお声かけを実施している。	□　オークラ等の都市型ホテルで飲食店を直営している場合とは違い，ビジネスホテル等でテナントしか入っていない場合は，　飲食店を自由にコントロールすることはできない。ただし，行政からそのような依頼があるということを伝えて，協力をお願いすることはできる。行政から飲食店に直接協力を求めると確実である。 □　アレルギーや好き嫌いのために食べられない食材がある場合は，予め伝えてもらった方がよい。 □　テナント側も少人数のシビアな状況下で利益を出さなければならないので，声かけなどは負担になるかもしれない。 □　ホテルの披露宴などでは，社交上，食べたくても食べられない人もいると思う。 □　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 ×　案内をしているが利用者の欲求が通常生活のものとはことなり，ＰＲに難しい面がある。 ×　その場その場で食事を伺ってから提供するのではなく，各施設の特徴を出した商品として食事付きの宿泊となっているため，利用者毎の食事量が事前に判らない。従ってお客様が全てを召し上がられるか把握できない。調理面では無駄のないよう，また廃棄物を少なくなるように努めているが食事等提供面で限界がある。 □　通常生活上の食事と，旅行先での食事はお客様の要求の意味合いが異なる。 ○　社会全体の重要な課題なので，協力はすることになると思う。 ○　売上げにつなげる形で，一口サイズのメニューを増やしていきたい。 ×　ポスター等での積極的なＰＲは，社の業態から考えると難しい。 □　量・内容を含めてメニューから選択していただく。 ×　ホテルレストランの利用は接待やお祝い等の席も多く，対応は難しい。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	14	［飲食］食べ残し持ち帰り希望者への対応	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット		
	中小規模スーパーマーケット	・該当なし	
	コンビニエンスストア		
	小規模小売店		
	百貨店	・カフェのケーキ等のテイクアウト商品については，全国的な基準に従い，注意事項を記したシール（「生ものなので冷蔵して本日中に…」）を貼って提供している。	×　食中毒等のリスクが伴う。
飲食業者	飲食店	・各社によっては一部の商品について持ち帰りの対応を行っているが，外食産業が積極的に推進できる事案ではない。 ・取組状況は不明（未承知）	×　持ち帰りにより食中毒（特に半生・生商品）が発生した場合，店舗に保健所の指導が入ることになるため，積極的に実施することは難しい。 □　行政の環境部局と衛生部局が調整をして，「持ち帰りは消費者の自己責任」というコンセンサスが確立されることが必要。 □　京都市クレジットのドギーバッグは，保健所の指導の対象とならないといった企画や調整をしていただくなど，外食産業が安心して取り組めるようなよい知恵があったら教えていただきたい。 □　保存に優れた容器の開発（ただし，飲食店にコスト負担がかかるようではダメ） ×　経営者が食中毒等の心配もされる場合は対応困難と考える。※提供する食物にもよると思うが。
	カフェ ファストフード		
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・実施していない。 ・実施していない。 ・対応していない。	△　衛生上の問題がある。なお，現時点でも学生はタッパー等で持ち帰ることは可能である。ただし，カフェテリア方式のためそもそも食べ残しは少ない。 ×　食中毒など衛生面における懸念がある。 ×　食事後はセルフ返却であり，持帰りのオペレーションは難しい。 □　自分の判断で勝手に持って帰っている方もいると思う。 ×　食品衛生の点から禁止している。
観光事業者	ホテル・旅館	・食中毒のリスクがあるため，お断りしていると聞く。 ・基本的に不可としている。 ・修学旅行生に対しては，利用者の要望によりマイボトルを洗浄してからお茶を入れるサービスを実施している事業者もあるが，衛生面やコストの面の問題がある。	×　同じ中京管内で食中毒が発生した例を聞く。食中毒は怖い。むしろ食べ切りの方が取り組みやすい。 □　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　衛生面での問題はある。事業者としても，何か事故が発生するようなリスクはできるだけ回避したい。 □　衛生面での問題が多い。施設によっては土産品とは別調理し，販売しているところがある。 □　衛生面でクリアしなければならない課題が多い。

取組項目	14	［飲食］食べ残し持ち帰り希望者への対応	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
		・一律でお断りしている。	×　基本的にその場で食べていただくように調理されているため，夏季だけでなく冬季でも持ち帰りには適しない。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	15	［飲食］割りばし，ウェットティッシュ，ペーパータオルなど使い捨て製品の使用抑制	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット	・エアータオルを導入している	□　ペーパータオルはごみが増える。
	中小規模スーパーマーケット	・エアーを導入している。 ・作業場のペーパータオルの使用抑制（１枚しか使用しないように）のルールを徹底している企業もある。	□　エアータオルは節電の関係で切るところもある。 □　お客様用トイレのエアータオルは衛生管理の観点でも置いている（ハンカチは細菌が多く，裸売りの商品を手で触られるとよくない）。
	百貨店	・飲食物の価格帯に応じて，高級店はおしぼり，カジュアルな店はウェットティッシュという使い分けが一般的である。	□　カジュアルな店ではおしぼりを提供しにくいなど，価格との関係でコスト面の課題がある。 □　テナントが全国展開の場合，京都だけおしぼりにするような対応は難しい可能性がある。
飲食業者	飲食店	・これまでコストと簡便性から割箸などが選択されてきた。 ・テーブルサービスによる外食事業者では従来から「おしぼり」や「塗りばし」が使用されている。 ・割りばしについては，国内林業促進・間伐促進のために使用されている例も一部でみられる。 ・輸入材高騰に際に、割りばしから繰り返し使えるお箸に切り替えたところもある。 ・取組状況は不明（未承知） ・商店街内にある寺院で，１月から２月中旬まで参拝者にうどんを提供しているが，その際，従前は４５㍑の袋１袋程度の割りばしが必要であったが，寺院がマイ箸を持参するよう参拝者にお願いしたところ，小さい袋１袋程度の割りばしの量で賄えるようになった。	□　外食産業で使用する割箸・ペーパータオルなどの消耗品は提供するメニューに合わせて、その材質・形状・コストを決定してきたので、これまでの製品の使用抑制を一律に推進できるかは、業種等によって異なる。 ×　ウエットティシュ，ペーパータオル→客へのサービス低下につながるし，ノロウィルス等の感染予防を考えると，使用抑制は難しいのではないか？（代替の手段は？）
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・実施していない。 ・食堂では，洗って使い回す箸と割りばしを置いている。割りばしの使用率は高くない。 ・食堂で割り箸は使用をしていない。 ・使用の抑制はしていない（ウェットティッシュは置いていない）	×　こうした備品を使用するのはケータリング事業のみだが，使用抑制は困難。 □　レストラン（教職員が中心に利用）で，ウェットティッシュとペーパータオルを置いている。また，学生が利用する食堂では，調味料とお茶を入れるスペースにペーパータオルを置いている。使用抑制については，サービス低下による利用者の声が気になる。 ×　割りばしは，間伐材の利用促進の観点から，使用抑制を推進することは難しい。 □　ウェットティッシュ，ペーパータオルはそもそも提供していない。 ×　学会の開催が多い時期や秋口の留学生の迎え入れ時期など，通常より多くの人が集まる時期に割り箸で対応しなければならないときがある。 □　ペーパータオルは調味料があるところに置いているのみで，テーブルのところに置いていない。
観光事業者	ホテル・旅館	・レストランで割りばしなどを使用している。・把握していない。 ・施設により異なる。 ・割りばしからリユース箸に変更した。 ・一部店舗ではシルバー類（フォーク，ナイフ等），布ナフキンを使用し，和食では割りばしを使用している。② ・宴会の大皿料理やビュッフェの取り箸をリユースにしている。 ・ビアガーデンでは皿１枚に割りばし・ペーパータオルを付けて渡すなど，使い過ぎを控えていただく雰囲気をつくっている。 ・箸は一部リユースを使用している。 ・飲食ではないが，使い捨て製品を抑制する関係で，客室・客室フロア・レストランフロアでのＬＥＤへの移行を進めている。 ・なるべく必要に応じて提供するよう抑制に努めている。	□　もったいないが，衛生面から使い捨て製品の愛用者は必ずいるし，希望があれば店側としては対応する必要がある。 □　厨房が見えないため衛生面に不安が残るのかもしれない。 □　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　使い捨て用品でないものを提供しているところや，利用者の要望（使用感）により使い捨て商品を提供しなければならないところもあるので，そういったところの使用抑制は難しいと思う。 □　宿泊されるお客様の館内生活への要求により，提供内容が異なる。 ○　今後の検討は可能である。 △　リユース箸に抵抗感を持たれる利用客もいるので，全てリユース箸にすることは難しい。 □　バイキングなどではペーパータオル等を同席者の分として多めに取る方も見られるため，それを注意すると気分を損なうおそれがある。 □　ウェットティッシュや割り箸がテーブルに用意されていると多めに取りがちになるため，ごみ減量の取組をうたい，「必要な分だけお取りください」といったノーティスを設置するとよい。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	16	［飲食］使い捨て容器の使用抑制	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
小売業者	大規模スーパーマーケット		
	中小規模スーパーマーケット		
	小規模小売店		
	百貨店	・そのような取組事例はあまり聞かない。 ・店舗によっては，使い捨て食器を使用するテナントがあまり入っていないケースもある。	
飲食業者	飲食店	・外食店舗では業態によって，それぞれ必要な「器」を使用して食事提供をおこなっている。 ・テイクアウト包材やレジ袋について、可能な限り薄肉化を図り、廃棄物の削減に努めているところもある。 ・取組状況は不明（未承知）	□　ファーストフード店等において品物によって対応不可とするところもあるかもしれないが，他の多くの店では，協力を得られるのではないか？ただし，出前に対応している店舗を除いて，一見の客は多い一般飲食店では，持ち帰りに対応した場合，食器等の返還は無理（使い捨て容器を使用）と考えるのではないか。
	カフェ ファストフード	・「紙コップ」「包装容器」などは，ファストフードなどテイクアウトが多い業態で使用されており，外食産業の業態によって使用方法が異なる。	×　ファストフード業態等では、短い提供時間の中で衛生的な食器による食事提供が求められている。しかも、低価格による提供を行っており、「衛生面」「コスト面」「厨房オペレーション」の面から考えて、使い捨て容器の転換（紙コップ→マグカップなど）を進められない業種業態もある。
イベント主催者	広告代理店		
大学	国立大学法人等		
	大学生協	・弁当容器の一部がリサイクルできるタイプを使用している。ケータリング事業でも，一定程度普通の皿を実施している。 ・実施していない。 ・コンビニでは，使用の抑制はしていない。 ・パーティにおいては，洗い皿を使用するとき及び使い捨て容器を使用する時のどちらもある。	×　容器の回収率は４～５割程度である。回収した容器はメーカーに配送する（無償で送付するので，搬送費用は生協負担)。「はがす容器」の認知度は９割を超えて高いのだが，弁当を食べる場所が，回収ボックスのある生協施設から離れた教室，屋外のベンチなどのため，回収率が高くない。弁当容器はコストが通常のモノより高く，形のバリエーションも限られている。弁当における「はがす容器」弁当の販売シェアは３～４割(約 16 万 3 千食/年)である。食材は生協で製造しており，出来立て等の理由から売れ行きは良い。他の弁当業者が販売している容器は通常のモノで，コスト面から導入いただくことは難しい。 ×　ケータリングは，先方の予算や都合，生協の運営体制の都合により，食器や備品の回収が困難な場合には，使い捨ての食器を使用せざると得ないことがある。また，秋頃の学会シーズンは，注文が集中して運営体制が厳しくなった場合は，使い捨て容器を使用せざるを得ないことがある。 ×　５年くらい前に,「はがす容器」を使用していた。回収率があまりにも悪いことと，手が汚れるとの声から廃止に至った。弁当を教室へ持って行くなど，店舗から離れると回収が難しい。パーティ，宴会利用においても，安価なプランでは使い捨て容器を使用している。この場合，準備した後は職員は退社する（就業時間外)。使い回しの容器を使用する際は，パーティ等終了後まで職員を残す必要があり，コスト負担が発生する。 ○　洗って繰り返し使う食器が一般的であり，問題ない。 ×　キャンパス人口(１万８千人)に比べて食堂席数が１千席と絶対的に少なく，昼食対応のために販売弁当を１千個以上製造しなければならず，使い捨て容器を使用せざるをえない。 ×　パーティは夜が多く，洗い皿を使用すると人件費や労働条件などの問題が発生する。

取組項目	16	［飲食］使い捨て容器の使用抑制	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
観光事業者	ホテル・旅館	・量は少ないが，添乗員向けの定食に使い捨て容器を使用している。 ・施設により異なる。 ・飲食店舗で使い捨て容器は使用していない。ビアガーデンで通常使用しているメラニン製の容器が足りなくなった場合のみ使用している。 ・販売商品については使い捨て容器の使用は不可避であるが，ロスが出ないよう，複数の商品に流用できるものを使用し，抑制に努めている。	□　添乗員の食事時間は，通常，レストランの営業時間外になるため，使い捨て容器でなければ対応できない（使用後の食器を当日中に片付けることができない）。 □　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 ○　ビアガーデンでは毎年容器を買い足しているので，使い捨て容器の使用をなくすことは可能である。 △　販売商品については，衛生的にも使いきりの容器の使用が不可避であるが，サラダに付属するソース等は，容器ではなく袋状にする等，減量の検討の余地がある。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	17	［イベント主催者］マイバッグ持参等の参加者への呼びかけ	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能 ×対応不可 △条件付き対応 □意見・課題等）
イベント主催者	広告代理店	・現在は特段の呼びかけは，行っておりません。 ・KYOTO エコマネー事業においては，回収した衣料品を配布の際，事前告知の印刷物に，マイバッグの持参のお願いを記載した。来店された方の９割ほどマイバッグを持参されていた。イベントによっては，イベント＝マイバック持参は馴染まない場合が多いという認識である。	□　各イベントにおける出展社（者）の PR グッズ等が，比較的多岐に渡る場合が多く，事前にマイバックに転用できる様な袋にセットされて望まれる場合が多いため。また，出展を促すに当たり，あまり厳しい条件を付与しますと，出展社（者）に敬遠される可能性がある。 □　事業告知の露出が少ない場合，呼びかけることが困難になる。 □　イベント事業の一環により，ノベルティーとして配布し，日常，コンパクトなマイバッグの携帯を促す。その他，イベントへの思い入れのあるファン層向けのオリジナルマイバックを製作し，ノベルティーとして配布することで，マイバックの周知という二次的な効果がうまれる。 □　マイバックもデザインが重要である。マイバッグ製作に対する助成金制度ができれば，より普及が拡がる。
大学	国立大学法人等	・学生は普段からバッグを持参しており，飲食物・生活用品の購入は，京大生協の「取組項目１」の回答のとおりである。 ・学会等が想定できるかもしれないが，各部局にまかせている。その場合もホールでは飲食禁止のため，呼掛けが必要な場面はあまりない。 ・実施していない ・学生，教職員にマイバック持参の呼び掛けは実施していない。	□　学生が購入するものは，昼食や間食の飲食料や文房具，図書であり，校内で何らかの物品を大量に購入ということはあまりないので，特段この項目については実施しておりませんし，呼びかけそのものをする必要性がないのではないかと思っております。 ○　龍谷大学生活協同組合と協力し，マイバック持参を呼び掛けることは可能である。 ○　龍谷大学生活協同組合との調整が必要だがレジ袋の有料化を導入することで辞退率は高くなると思われる。
	大学生協		□　そもそも学園祭ではレジ袋はほとんど使用しないと思う。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	18	［イベント主催者］リユース食器の使用	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
イベント主催者	広告代理店	・基本的に推進を計る様にしております。 ・京都音楽博覧会においては，環境に優しいイベントをコンセプトにしているため，環境対策協力費を徴収し，リユース食器の使用に関する経費を出展者負担としている。環境 NPO の協力により，主催者・出展者・来場者ともに，意識を高めることを可能としている。その他，チラシ類は作成せず，ごみ袋に音博のプログラムが印刷する等の工夫をしている。主催者側の意識の高さが，参加者の意識に影響を与えると感じている。	□　春～秋口までのイベントにおいては，その利用の難しさを感じます。リユース食器の形状として，お椀型が主流であるため，基本的には汁物（豚汁，うどん等）が提供される場合には，活用しやすいが， そういったもの以外が主流となる場合（ホットドック，ブリックパックジュース等）の場合は，会場の雰囲気の一環として担っている為。助成金制度は，上限１０万では厳しい場合があり，イベントの規模に応じた制度を希望する。また，必要書類も手間がかかる印象である。回収率が悪いと主催者側が負担というのもリユース食器導入をあきらめる要因となる。イベントの詳細が確定するのは直前であり，リユース食器についても変化に応じた柔軟な対応を希望する。現在の一社独占ではなく，各区役所・支所にリユース食器貸し出しのシステムを構築するなどすれば，柔軟な対応も可能になるのでは。 □　使い捨て容器を使用したほうが，経費削減につながることが多く，リユース食器の経費を誰が負担するか問題になる。 □　リユース食器の場合，食器等の形状が決まっているため，提供できる食品等が限られてしまう。食器等のバリエーションを増やすことで提供食品等の幅が拡がる。 □　リユース食器開発業者や，ＮＰＯへの助成等の支援が必要ではないか。 □　リユース食器の場合，食器を洗う人件費や場所の確保の問題があり，その点を行政側が支援してはどうか。
大学	国立大学法人等	・学祭は学生が自主的に取り組んでいるため，まかせている。学務部が担当になるが積極的に関知していない。（京都大学は学生が主体的に行う校風がある） ・食堂については実施しているが，弁当販売については，販売業者に依頼をしているため困難であると思われる。 ・イベント等でリユース食器の使用を推進する呼び掛けは実施していない。 ・通常使い捨ての食器は使用していないが，学園祭，オープンキャンパス等のイベントでは使用される。	□　過去には，学生が主体的になって学祭でリユース食器の使用を行っていた。ただ，回収から洗浄まで多大な労力が必要となるため，当該取組が先細りとなり，昨年は未実施に終わった。 □　分別回収は，１０種類ほど（串，割りばし，プラ，発泡トレーなど）行っており，これも大変な労力がかかっているようだ。 □　学生の負担を減らす取組が必要ではないか（大学コンソーシアムの協力を得て，環境配慮の取組に他の大学生に応援に来てもらうなど） □　食堂スペースが足りていないため，弁当の販売は避けられない。また学生には一定の教室スペースを開放しているが，そこ以外で食べる学生も多く，容器を返却する意識に現状がないといえる。デポジット式にするなど方法があれば効果的に進められると考える。過去に弁当を紙製容器で販売し，その紙をリサイクルする取組を行っていたが，様々な事情から取りやめられた。 □　リユース食器の購入費用をどこから捻出するか。 □　どのような方法で使用済みのリユース食器を再利用できるように処理するについても検討が必要（衛生面，作業する人員確保，費用，場所）である。回収には多くのマンパワーがいるので，ボランティア組織などが必要になると考える。
	大学生協	・学園祭用に，生協の食器を貸し出す場合がある（洗って繰り返し使用するのではなく，１回使い切りで祭終了後にまとめて返却してもらう。）	

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

<table>
<tr><td>取組
項目</td><td>19</td><td colspan="2">［イベント主催者］資源ごみの分別回収の実施</td></tr>
<tr><td rowspan="2">業種</td><td rowspan="2">業態</td><td rowspan="2">現在の取組</td><td>対応の可否・課題・提案 等</td></tr>
<tr><td>意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）</td></tr>
<tr><td>イベント
主催者</td><td>広告代理店</td><td>・取組んでおります。
・京都音楽博覧会においては，６分別を実施しており，資源ごみについても複数分別を行っている。分別をチェックするスタッフも配置している。
・缶，発泡スチロール，一般ごみの３つのごみ箱を設置している。分別しきれていないものについては，役員が手分けして分別している。
・リユース食器も利用している。（かき氷 500／７００個分，ビールはほぼ 100%リユース食器を利用）</td><td>□　会場には，基本的に「カン・ビン」・「燃えるごみ」・「燃えないごみ」の３種類のゴミ箱設置行っております。ただ，事業予算の都合上，常駐でのごみ箱管理要員を付ける事が出来ない事が多く，実際は混在して捨てられている事が多い。しかしながら，一杯になったごみ箱の中身を交換する折には，出来る限り，分別して処分しております。効果的と考えられる支援策としては，ごみの分別の知識のある職員の派遣及びごみ箱の貸し出し制度。ごみ箱も進化しているが，イベント用に「見える化」し「コンパクト」な，透明な折り畳み式のごみ箱の開発。イベントのごみの分別の義務化など。
□　ごみ箱設置にも費用が係るため，分別の種類を増やすことが困難になることが多い。分別をチェックするスタッフの人件費の捻出も困難である。
□　分別用ごみ箱の無料貸出。収集した分別ごみの回収など。
□　リユース食器も含め環境に配慮した活動をすると割高になる。（人員，費用面で）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">大学</td><td>国立大学
法人等</td><td>・資源ごみの分別回収を実施しているが，部局間に取組の差があるため，その差をなくすよう努力している。
・燃えるごみと缶・ペットボトルの２種類のごみ箱がある。校内では，缶・びんは販売していないが，缶・ペットボトルの分別ボックスに入った缶，びん，ペットボトルは清掃員がそれぞれ選別している。
・イベント時においては，本学と同様の扱いになりますので実施はしておりません。
・「龍谷大学ごみ減量ワークショップ」からの提言内容を具体的に推進する方策の検討に入った。</td><td>□　分別回収を徹底するにあたり，全ての分類を網羅し，統一化を図った分別ボックスの設置などについてはスペースの問題や，どこに置くかなどの配置計画の見直しも必要になる。
□　教室貸出ならびに学会の利用ということであれば本学の取り決めに従って頂くことになりますので，基本的には，他の主催だからという理由でゴミの扱いが変わることはありませんので，対応が難しいと言えます。教員，事務員が廃棄する大型ごみは産廃で処理している。学外の店舗（コンビニ等）で購入したものが校内に入ってくる割合も少ないと思われる。
□　現状においては，「燃えるごみ」「燃えないごみ」の２種類のみを設置している箇所もあるため，細分化した分別回収用のゴミ箱の増設が必要。</td></tr>
<tr><td>大学生協</td><td>・学園祭専用の分別ごみ箱を用意し，実行委員会が廃棄物処分契約を結び，分別している例は多い。</td><td></td></tr>
</table>

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	20	［大学］学生への減量方法・分別ルールの周知・指導（市が提供する媒体を入学時等に配布，パンフ配架，ポスター掲示など）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
大学	国立大学法人等	・エコ・CODE（サステナブルガイド）を新入生に配布して，周知を図っている。「エコーるど京大」本部（京都大学環境科学センター）の取組で学生を巻き込んだ取組を実施している。 ・現在はごみについて特段の指導をおこなっていない。 ・学生への周知は未実施である。	□　２，３，４回生が一堂に集まる機会がなく，周知の機会がない。新入生には短期間で履修関係，施設関係，生協関係など，多くのことを入れこむので，頭に残らない状況が現時点でも発生している。また，授業も速やかに始める必要性があるので，周知するための時間が取れないという実情もある。他大学から来られた院生には，本学のカリキュラム等とともに伝える機会があるかもしれないが，現在は各部局にお任せしている。 □　分別については，ペットボトルと一般ゴミの２種類で実施しているだけであり，そのほかの区分については，現状実施となると難しいと思われます。学生にその意識付けができておりませんので。ただ，京都市としての方針があり，決まりとなるのであれば，学生については大きな混乱なく対応ができると思われます。ただし，ゴミ箱の設置台数と箇所に限界があるので，実際のところ，どこかの地方自治体並みの対応は大学側で取れないと思われます。 ○　入学時及びイベント開催時に周知可能である。 □　学生の意識に届かせるには，仕掛が必要である。学生といっしょに活動するなど，事務局だけでは限界がある。 ○　ポータルサイトや学生手帳など，学生が普段目にするものや身に付けるものを活用することは考えられる。
	大学生協	・ある市立大学で，入学式後のオリエンテーションに市の廃棄物部局の職員が来られて，ごみの分別に関する資料を配布・説明されているのを見たことがある。	

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	21	［大学］資源ごみの拠点回収の実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
大学	国立大学法人等	・実施していない。拠点回収とは異なるが，卒業を控えた学生の不要用家電をリユースしてもらう「リサイクル市」や事務室・研究室などの移動に伴う「オフィス家具リユースプロジェクト」などを行っている。 ・資源ごみについてはいくらか回収を実施している。 ・実施していない。	×　実施に当たっては，スペースの問題と人員の問題がある。人員の点では，複数名が管理の必要上求められるため，厳しいと思われる。スペースの点でも吉田キャンパスは手狭でスペースがない。 □　古紙の回収などを実施しても，家から発生する量がまず少ないのではないか。反対にサークルで作成するチラシや，研究室で発生するプリント類が出てくる可能性が高い。 □　資源ごみについては，より積極的にリサイクルを実施したいと思っておりますが，対応ができるのは，オフィス部門に限られるのではないかと思います。最も排出が多いと想定される学生については，何らかのインセンティブがないと資源ごみとの分別など積極的にならないと考えております。拠点回収を行うスペースはあるが，学生がわざわざ持ってくるかは疑問がある。一人暮らし学生は，新聞は取っていないし，家庭のようと異なり食品トレーが発生しないなど，あまりごみが出るライフスタイルではない。生協店舗において，トナーやボタン電池などの回収は行っている。（使用済み油やトレーの回収は行っていない。） □　省エネ，ごみの減量の啓発イベントとして年数回の実施は可能。 □　学生が資源ごみを貯めて家から持ってくることがあまり想像できにくい。効果を持たすためには，何らかのインセンティブが必要ではないか。
	大学生協	・インクカートリッジやボタン電池，缶，びん，ペットボトルの回収を行っている例は多い。	×　回収ボックスを置いて回収する場合，大学によってはスペースの制約で難しい場合がある（エコキャップの回収箱の設置だけでも難しいとの判断に至った例もある。）。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	22	［集合住宅管理者］居住者への減量方法・分別ルールの周知・指導（市が提供する媒体を入居時等に配布，ポスター掲示など）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
集合住宅管理者	集合住宅管理者	・管理しているマンションについては，入居者の鍵渡し時等に分別ルールの周知をするとともに，近隣からごみに関する苦情があった場合には，その都度，入居者に対して分別ルールについての指導を行っている。 ・入居時にごみ処理に関する自製の書類を配布している。 ・京都市のＨＰ上に掲載しているチラシ等をプリントアウトし，入居時のしおりと一緒に配布している。 ・分別ができていないところは，その都度ポスターやチラシを掲示し，入居者に周知している。	△　減量方法の周知に際しては，具体的な方法等について，行政からの情報提供があれば，分別ルールの周知時に併せて周知が可能と考えている。報告しなかった場合，氏名公表等，何らかの罰則がなければ，効力を発しないと考えられる。 △　分別ルール等の周知・指導を行った新入居者数を報告する程度であれば，対応は可能である。 ○　住居者への減量方法・分別ルールの周知・指導については，現在でも実施していることから，対応可能であると考えている。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	23	［ホテル・旅館］宿泊者への資源ごみ分別排出環境の提供（缶・びん・ペット，紙，プラ）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （〇対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
観光事業者	ホテル・旅館	・東京などでは進んでいるらしく，宿泊客から「分別しなくてもいいのか」と聞かれることもあるが，実施はしていない。 ・客室係が分別を行っている。 ・土産物の包装紙がごみ箱に捨てられているのはよく見る。 ・使える紙袋は回収して希望客に提供している。 ・新聞紙は回収して花屋に提供している。 ・施設により異なる。 ・宿泊客への呼びかけは行っていないが，清掃スタッフがバックヤードで分別を行っている。	△　良い取組であり，実現すれば客室係の作業量も減ると思う。しかし，客室が１２～１３㎡しかないため，分別用にごみ箱を増やすスペースがない。共用スペースもギリギリである。 □　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　室内に分別用のごみ箱を並べると，和室の場合，食事をする際にそれが視界に入り，おもてなしとしていかがなものかということになる。 □　ごみ箱を置く場所の問題もある。小さい旅館やホテルは，廊下等のスペースに置くことも厳しいと思うので，一律でこうすべしというのは難しいのではないか。やるのであれば，啓発を含めた「分別についての取組を実施すること」といった程度の大きい話の方がよいのではないか。排出段階で分別をするのか，事業者側が分別をするのかは事業者次第という形でよいと思う。 □　産廃の処理費用も上がっているので，経費の負担が大きい。分別処分について取り組んでいるが，そのことによる経費負担が増えるので軽減措置を考えて欲しい。分別処分が利用者の協力や行政の取組を含め上手くできれば経費の削減につながる方法があるのではないか。 ×　清掃スタッフが確実に分別を行っているため，現状維持としたい。 □　お客様には何も気にせずゆっくりと過ごしていただきたい。 □　全室に分別容器を設置することは難しい □　客室内やパブリックスペースに分別容器を置くことは，限られたスペースの中では難しい。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	24	［ホテル・旅館］使い捨てアメニティグッズの提供抑制	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
観光事業者	ホテル・旅館	・全館禁煙に改めた流れで，健康だけでなく環境の視点も入れることとなり，館内に花を飾るほか，６～７年前にアメニティの見直しも行った。 ・以前はパウチ入りのシャンプー類を各室に常備していたが，詰替ポンプ式に改めた。 ・髭剃り・シャワーキャップ・櫛・石鹸はフロントに置き，希望客に取ってもらう形に改めた。 ・タオル交換不要客への２００円引きサービスも始めた。 ・これらの見直しは，コストカットを主な目的に行ったものであるが，ごみ量は確実に減った。使用後のパウチのごみが排水溝を詰まらせるというトラブルもなくなった。見直しに伴うクレームなどの問題も特になかった。（タオル交換は注文どおりの管理が難しい場合がある。） ・歯磨き粉・歯ブラシは，現在も各室に常備している。他のシティホテルも，おそらく似たような状況だと思う。 ・施設により異なる。 ・シャンプー・リンスは詰替え・壁付け式を採用し，その他は人数に応じて提供している。 ・シャンプー・リンス・ボディーソープは詰替えポンプ式に変更済みである。 ・アメニティグッズは歯ブラシ・剃刀・ヘアブラシ・綿棒の４点に絞っており，他社より少ないと自認している。 ・アメニティグッズは使用頻度に応じて適宜補充しているが，連泊の場合の客室リネン類の取替えは，要望に応じて行っている。	□　衛生面から使い捨て製品を愛用する宿泊客は必ずいるし，希望があればホテルとしては対応する必要がある。 □　事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 □　コストの削減に繋がる。しかし，コストとサービスのどちらを重視するかということは，事業者によって考え方は違うと思うので，アメニティをサービスとしてやっているところを考えると，全て一律でというのは難しいのではないか。 □　ビジネスホテル等では，価格競争が激化している中，集客を狙った，「販売（集客）促進策」として，アメニティを提供しているところもあるので，京都市だけとなると，大阪など周辺地域との競争に負けてしまう。 □　詰め替えボトルは人件費がかかり，結果，使い捨ての方がコストがかからないということもある。 △　お客様のニーズをかんがみて，今後一考する余地はある。 ×　最低限必要と考えられるアメニティは提供しないとクレームの発生につながりかねない。 □　宿泊客側から見ると，料金に差がなければ，アメニティの充実もホテルを選択する一つの基準になり得る。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	25	［土産物製造・小売業］<製造>同一商品の自宅用簡易包装商品と贈答用品の製造・供給の実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
観光事業者	ホテル・旅館		
	土産物製造・小売業	・取扱商品が多様であるため（食料品も工芸品も），全体の状況は把握していないが，そのような取組事例はあまり聞かない。 ・どの会員企業も，商品に上乗せする包装コストを削減する観点から，既に可能な限り簡易包装に努めており，京都の企業はその点で特にシビアだと実感している。	□　製造ラインを別にして作り分けることはコスト面で難しいかもしれないが，例えば自宅用でも贈答用でも対応可能でごみ削減につながる包装のアイディアを市が募集すれば，市の取組のＰＲになって面白いかもしれない。 □　京都の土産物は多様なので，統一的な方針の設定は難しい。 ×　贈答用が多いため，包装の削減には限界がある。 □　脱酸素剤を封入して日持ちさせるための包装材が開発されてから，消費・賞味期限切れの廃棄が格段に減った。このように，必要な包装材もある。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	26	［土産物製造・小売業］＜小売＞自宅用簡易包装商品と贈答用品の併売及び購入者へのＰＲの実施	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例（○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
観光事業者	ホテル・旅館		△　ポスターの掲示は難しいが，物販店舗のレジ横でのＰＯＰ掲示は対応を検討できる。 △　自社製品でないと選択が難しい。 □　主に土産物を販売しているが，既に包装がされているものが多いためあえて容器包装の少ない商品を仕入れることはしていない。 ×　土産物が主であるため対応が難しい。 □　土産物の販売における包装の削減は，上手な方法を採らなければ購買意欲を削ぐおそれがある。 ×　土産物が主であるため対応が難しい。
	土産物製造・小売業	・そのような取組事例はあまり聞かないが，どの会員企業も，コスト削減の観点から，簡易包装には努めている。	×　贈答用が多いため，包装の削減には限界がある。 ×　仮に土産物用のレジ袋を有料化したりすれば，ほかの土産物店に顧客を奪われるリスクがある。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組 項目	27	［土産物製造・小売業］<製造・小売>他都市での物産展における簡易包装のＰＲ（京都のごみ減量をＰＲ）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
観光 事業者	ホテル・旅館		
	土産物 製造・小売業	・出店先のデパートの了解を得て，京都の観光ポスターを貼ってもらっているが，環境関連のポスターは貼っていない。 ・ごみの始末を含めて，物産展の運営は，出店先のデパートの方針に従って進めている。	□　仮にそのようなポスターを掲示する場合は，京都らしい雰囲気と清潔感が不可欠である。 □　京都の物産展は，当協会のほか，府と市の物産協会（京都府物産協会及び京都市物産懇話会のことと思われる）も開催しており，この３団体で協調して取り組んだ方が効果的である。 □　物産展は出店先のデパートの方針に従って運営しており，デパートの包装については百貨店協会が方針を示していたはずなので，デパート業界に働き掛ける必要がある。 □　仮に京都市のごみ減量の取組のＰＲと簡易包装を呼びかけるポスターを会場に貼る場合，「ごみ」という文字が目に触れると，心理的に京都の物産展のイメージダウンにつながりかねない。物産展の出店においても他都市との競争があるため（北海道物産展等），そうしたイメージダウンは避けなければならない。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	28	［製造業］<家電>乾電池使用製品から充電池使用製品への転換の推進	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
製造	製造	・元が部品メーカーなので（半導体等），一般ユーザー向けに製造販売する完成品の種類は限られている。おそらく現在は，乾電池を使用するタイプの製品は作っていない。 ・以前は電池を使用するカメラを製造していたが，撤退した。 ・近年の一般ユーザー向けの看板商品である携帯電話は，全て充電式である。 ・酒造メーカーとしては乾電池はほとんどない。緊急用の懐中電灯，電卓，ラジオぐらいにしか使っていない。	□　乾電池使用製品はテレビのリモコン，時計など交換がほとんどないものが多く，また，交換が頻繁に必要な製品はカメラ，携帯電話など充電式にかわっている。販売時に充電池を入れておくと充電器の問題になってしまう。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	29	［製造業］<電池>充電池の使用を促すラベリングやＨＰ等でのＰＲ（コスト面，環境面）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
製造	製造	・していない。	×　充電池は割高であり，小売店は協力してくれると思う。メーカーとしては勧めるモチベーションはない。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	30	［製造業］<蛍光管>ＬＥＤの使用を促すラベリングやＨＰ等でのＰＲ（コスト面，環境面）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
製造	製造	・蛍光灯は製造していないが，ＬＥＤは製造している。 ・企業の社会的責任の一環として，独自基準による「環境商品」の開発を最重要課題として進めており，現在は全製品の 100%近くが「環境商品」に当たるが，ＬＥＤに特化したラベリングやＰＲは，特に行っていない。 ・自社はしていない。	□　ＬＥＤ自体がまだ高価なうえ，設備の切替えにもコストがかかるため，一般家庭への普及が遅れている。 □　企業や事業所への普及を図る補助制度があると，営業がしやすい。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	31	［製造業］＜電池・蛍光管・家電＞使用後に自治体の分別収集や拠点回収への排出を促すＰＲ（ラベリング等）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
製造	製造	・携帯電話については，通信会社が回収を行っているため，詳しい状況は把握していない。	□　携帯電話の製品や包装へのラベリングについては，通信会社の方針に従う形になる。 □　メーカーとしてのＰＲは行っていないが，たしかに必要かもしれない。 ○　小売店は店頭表示に協力すると思う。

（１）－１　市民，関係事業者等に取り組んでいただきたい事項

取組項目	32	［製造業］＜包装＞軽量化等の環境配慮ポイントのＰＲ（包装への印字等）	
業種	業態	現在の取組	対応の可否・課題・提案 等 意見凡例 （○対応可能　×対応不可　△条件付き対応　□意見・課題等）
製造	製造	・軽量化は，環境のためにもコストダウンのためにも当たり前のこととして行っている。容器包装リサイクル法に基づく再商品化費用を抑えるという意味もある。 ・スマホも（ガラ携の頃と違って）取扱説明書がなくなり，外装も最小限になっている。 ・省エネ・省資源は，最重要・最有力の取組として設計段階から考慮しており，「環境商品」という独自基準にも，再資源化のしやすさやごみの少なさが重要な要素として当然入っている。しかし，包装の軽量化に特化したＰＲは行っていない。 ・消費者への直接販売ではなく，食品・医療用品等の内容物のメーカーから受注して包装材を製造している。 ・軽量化・減容化によるコストダウンメリットの提示は，必ず行っている。 ・企業の社会的責任の観点から，製品ごとに環境配慮評価シートを作成し，内容物のメーカーに判断材料として提示する形で，環境配慮の高い包装材をセールスしている。 ・自社ではエコカップ販売促進策を実施している。（別紙（資材メーカーとの協力で開発した。資材メーカーは横のつながりがあるのでどんどん広げていくと思う。酒造業界はエコの横のつながりが少ない。	□　コストや安全性とのバランスを取りながら良いものをつくることが課題である。特にコストが最大のハードルである。新しい包装材を開発するときは，内容物を安全確実に保護できるかという試験が必要になる分，コストがかかる。優れた包装材の開発に対する表彰制度があれば，企業のアピールになるため，もちろんありがたい。しかし，包装材の開発は，内容物と包装材のメーカーが共同で一定の用途の下で取り組むことが一般的であるため，包装材のメーカーだけ表彰してもらうとなると，ごく狭い分野に限られるし，また，内容物のメーカーに買ってもらう仕組みも併せて必要になる。

（１）－２　市民の取組

業種	ごみ減量の促進に資する取組や目標の提案
小売業者	・書店からは，ごみを出しているという意識はない。お客様が家に帰られてからごみになるので，一人一人が自覚して買物していただけたら良い。 ・特に無し
飲食業者	
イベント主催者	・基本的に，会場内におけるゴミ箱の設置数を必要最低限の数で行う。また，進行担当（MC 等）を立てている場合は，お持ち帰り頂くように，アナウンスを行う。 ・イベント参加者の環境意識の向上をテーマとする。ノベルティーとしてのマイバッグの配布
集合住宅管理者	・特に無し
大学	・食堂からの廃棄量は少なくなってきた。また，ダンボールも通い箱にするなど，減らしてきている。 ・リユースやマイバック持参等の取り組みはなんらかのマイナス（京都市が制定する制度など）もしくはプラス（生協店舗のポイント制度など）がないと実施がむずかしいとおもいます。ゴミを減らせば還元されるなどの方策があれば取り組みもすすむのではないでしょうか。
観光事業者	・ロス食材の活用 ・旅行による宿泊という「非日常」に対しては，お客様の要望が生活上のものとは異なる。従って，画一的に取り組みを進めることは出来ない。強く宿泊者に要求すると「京都から宿泊先を他場所に変えられる」ことを大変危惧する。
製造	・公共の場で捨ててよいものが一目で分かるごみ捨て容器を普及させるなど，分別できる環境があれば，日本人は分別するのではないか。東京は分別品目が多く，京都は少ない。また，京都の焼却施設は高性能で，分別しなくても処理できるという話も聞く。その辺りに改善の余地があるのではないか。 ・メーカーサイドからするとごみが減るようなものを買ってほしい。

（２）取組計画及び実績の報告義務

業種	対応の可否	課題・提案 等
小売業者	・対応可能である（義務化されれば仕方がない）。 ・負担があまり増えないよう検討していただきたい。 ・対応可能である。 ・ごみ減量は事業者として取り組まなければならない課題であるため，義務化されれば対応していきたい。 ・報告が必要であるのならする。	・大手のスーパーは，国や各都道府県で様々な報告をする必要があり，このための作業に追いまくられているのが実態であるので，手間のかからないものにして欲しい。 ・国や各都道府県への報告は非常に多く，切実な問題である。また，国への報告事項と，自治体への報告事項の重複も多く，非常に負担が大きい。大手スーパーになると，環境の専門部署があり，そこが対応しているケースがあるが，そうでないところがほとんどであり，非常に負担となっていることは御理解いただいた上で内容を検討して欲しい。真面目な企業ほど，行政対応に時間を割いている。 ・すべての書店が組合員ではない。書店のうちでも全店舗が組合員というわけではない。このような状況のため，組合から取組計画及び実績の報告義務を課すことは困難と考える。 ・国や自治体に対する環境関連の報告制度が多く，事務負担が大きい。環境対応業務は，担当者が総務や人事などの業務を兼務している場合が多く，様式を簡潔にし，作業方法をわかりやすく案内してほしい。 ・レジ袋の辞退率については，対応できるかどうかわからない。 ・レジ袋の辞退率など，細かいデータの報告は負担になる。 ・負担があまり増えないよう検討していただきたい。 ・環境関係の国や自治体への報告制度が多すぎるため，事務負担が大きい。環境は，担当者が総務や人事などを兼務している場合が多く，様式を簡潔にし，作業方法をわかりやすく案内してほしい。 ・レジ袋の辞退率については，各店へのレジ袋納品数を客数で割って計算するくらいなら本部で対応できるので可能であると思う（現場の店舗に負担がかからない方法でお願いする。）。 ・既存の類似の報告と一本化するなど，合理化が必要 ・現在，省エネ法・温対法，都道府県毎の地球温暖化対策報告書等，また食品リサイクル法でも，今後は都道府県別の報告が求められていく等，加盟各社の負担は大きい。特に，フランチャイズチェーンの場合は全国展開しているケースも多く，このような提出物が他の自治体にも拡大すると非常に負担が大きくなるため，極力，事業者の業務負担を考慮の上，対応願いたい。仮に実施することが確定した場合には以下の対応をご検討いただきたい。①店舗ごとのレジ袋辞退率を求める目的及び活用方法を明確にしていただくことが必要，②辞退率の報告は杉並区等と同様の基準としていただくと共に，営業関連情報が公表されないよう配慮願いたい，③対象とするレジ袋は食品売場だけではなく，日用品等も含めた全体の売場としていただきたい（CVS は一つの売場で食品から日用品までを販売しているため），④レジ袋辞退率の報告については，業態特性（併用者の数値を加味する等）を踏まえ検討していただきたい・スーパーマーケット：5%，ＣＶＳ：2%等，⑤ファストフード店等については，レジ袋辞退率の算定等は難しいと思われる。 ・京都市の小売商業者の大部分が零細事業者であり，報告をすることにより，日常業務に支障をきたすところも出てくると思われる。 ・消費者から求められれば，各小売業者もそれに応じようとする商習慣が根強く残っているので，それを断ち切るための消費者への啓発が第一と考える。
飲食業者	・小規模店舗では，対応困難と考える。	・環境関連は法規制・行政への報告業務が多いことに加え、外食事業者の担当者は一人で他業務と兼務している場合が多いのが実情。このような点を考慮の上、報告義務導入については、慎重な議論をお願いしたい。また、義務化がされる場合には担当者の負担が増えないようご配慮いただきたい。 ・既に、「京都市特定食品関連事業者減量計画書」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」に基づく定期報告書、「容器リサイクル法」に基づく届出等、各種報告書類を作成しているが、ゴミを分別した上で、一つ一つのゴミ袋を計量し、記入しなければならない作業は、店舗にとっても相当な負担となっている。これ以上の報告書作成は現実的に難しいことに加え、実質的効果の波及についても疑問がある。 ・環境関係の国や自治体への報告制度が多すぎるため，事務負担が大きい。環境事業は，担当者が総務や人事などを兼務している場合が多く，様式を簡潔にし，作業方法をわかりやすく案内してほしい。
イベント主催者		

業種	対応の可否	課題・提案 等
集合住宅 管理者	・管理しているマンションについては対応は可能である。 ・対応可能	・報告主体については，本来はマンションの所有者であるべきである。それを理解したうえで，管理しているマンションについては対応は可能と考えているが，管理を所有者が行っているオーナーマンションについても同等の取組を要求しなければ，不公平である。 ・新しい入居者の件数（世帯数）を報告するのならば，それほど負担ではない。 ・棟数や属性別（年齢別，所在地別）で報告しなければならないのであれば，かなり手間がかかり，厳しいと思われる。
ホテル 旅館	・社会全体の重要課題なので，対応は可能である。 ・ごみ減量は事業者として取り組まなければならない課題であるため，義務化されれば対応していきたい。 ・事業所の形態によっては対応の可否が分かれるため，義務化は難しい。	・飲食店などのテナントにも周知を図ってもらいたい。 ・事業者によって事情は異なるので，対応の可否はそれぞれ違うと思う。 ・事業者にとって負担感はあると思うので，取組の内容とあわせて慎重に考えていただきたい。 ・各取組項目がホテルに該当しにくい。 ・ホテルの１階が土産物売場である。 ・どこの観光地でも，旅行客は土産物をレジ袋に入れて持ち帰っているようである。 ・レジ袋の削減は，京都市を挙げて取り組んでいるということを，大々的に，目立つようにＰＲしてもらう必要がある。(下線付き)観光客にそのことを十分理解していただく施策を取ってもらわないと，購買意欲の低下，販売員とのトラブル等につながるおそれがある。 ・レジ袋辞退率の報告が義務化されれば対応したいが，辞退者は少ないのではないかと思われる。 ・ホテルでは，商品の包装もホテルで購入する付加価値ととらえられるため，１ホテルで実施するには現実的でないが，市内のスタンプラリー等があれば，参加しやすい。
大学	・缶，びん，ペット，ダンボール，雑がみはすでに分別，資源として回収済 ・レジ袋辞退率もすでに集約済み ・対応可能だと考えますが，目的に達するかどうかはわかりません	・各取組にも人員が必要となるが，報告書の作成においても労力がかかる。 ・行政へ提出する報告書が多いうえ，提出時期も５～６月に集中する。増やすにしても，市役所の部署ごと作成させるのではなく，作成のしやすさや簡素化を図るべき。(例えば，事業系廃棄物の減量計画書に今回の内容を含めるなど）組織内で取り組むにあたり，市の指示があると統率を取って行動しやすい。 ・食料残さをはじめ，廃棄物の種類ごとに報告するものだとしたら，かなり難しい。厨芥ゴミは分別しないで計量，廃棄している。分別するための作業負荷，保管場所などの点で，現状は実施できていない。 ・ごみの種別が分かりにくい。何が燃えるごみで，またそうでないかが複雑である。どのごみが何に当たるか，迷うことが多いのではないか。 ・学生が移動（京田辺校地から 8,000 人程度）してまいりましたのでゴミの量は格段に増えております。ゴミの費用も大きい問題になっておりますので，減らすことで費用の削減がなされるのであれば協力を惜しむ理由はあまりないのではと思います。 ・報告にも負担は発生するが，少しずつであればできると考える。 ・取組の数も一度に多くのことを新たにやられると大変であると考える。 ・大学に出店をしている店舗の協力を得ることにより可能。
観光 事業者		
製造		

（３）市民モニターによる消費行動や関係事業者の取組状況の調査，公表等

ア　市民モニターによる関係事業者等の取組状況の調査

業種	市民モニター制度に関する課題，提案 等
小売業者	・モニターによって見方が違わないようにしてほしい。主観的なレベルで評価をされるようなことになると困る。 ・中小スーパーも網を掛けるべきであり，全ての店舗が網羅されるようにしてほしい。 ・積極的な取組の評価もして欲しい。 ・間違い探し的なモニターには抵抗感はある。 ・店がやる気を起こすような，良い店を作る方向の視点でも評価も行ってほしい。 ・市民モニターには，一般的な市民感覚を持った人にしてほしい。 ・京都市が規定した，報告義務の対象となる取組項目以外の点を評価するようなことはしないで欲しい。 ・市民モニター教育をきちんとやってほしい。書店の仕事をきちんと理解していない人に調査に来られても現場が混乱するばかりで効果がないのでないか。書店はモニター調査にはなじまないのではないか。 ・目的を明確にした上で，バランスの良い配置で実施するようお願いする。 ・消費者の意見として聞ける機会があれば参考になる。 ・税務署でモニター制度があり，覆面で調査をしているようだが，対象はほとんどスーパーなどの大手。酒と酒以外の飲料の区分がされているかなどを見ている。謝金を払っている。 ・取組の結果を知るには有効な仕組みではないか。エコ活動を推進していくためには，市民の方の協力は必要不可欠であると思う。 ・何がごみで何がごみでないか素人の方ではわからないことが多いと思われ，そういう方がモニターすると言ってもピンとこない。 ・各小売業者から反発を受けないようなモニター制度にしなければならない。
飲食業者	・消費行動調査→特に問題無し。 ・関係事業者の取組状況の調査→公平，公正に調査できる（商売の利害関係がない）モニターの採用
イベント主催者	・モニターをして頂く方々の，意識水準の統一が難しいのではないでしょうか。また，会期中全時間帯において，モニターして頂けるとは考えにくいため，モニターされる時間帯や，季節，イベント趣旨などの規格基準の設定が難しいのではないでしょうか。 ・市民モニター個々のレベルが問われる。事前に，知識を得てモニターをしてもらえるのか疑問であり，モニターの教育制度の充実が必要。
集合住宅管理者	・モニターに参加する市民に対しては，例えば，家庭ごみの有料指定袋を配布する等，何か謝礼がなければ，インセンティブが働かないのではないか。
大学	・京都市の環境共生センターによる調査では，専門的な観点からの意見を研究科長などに伝えてもらっている。専門的な知識を持たれない市民の方がモニターとなるのであれば，大学側としてどのように受け取ればよいかの見当検討がつかない。 ・建設的な意見がもらえる仕組みが必要と考える。毎年異なる方が，違った観点で言われても現場は混乱する。継続性も必要である。 ・市民から評価されることに違和感を感じる。環境に係る見識が特段ない方であれば組合員などの方が良いと考える。本来であれば NPO などの専門的な知識がある方が良いのではないか。建設的な意見がもらえる仕組みが必要と考える。毎年異なる方が，違った観点で言われても現場は混乱する。継続性も必要である。 ・建設的な意見がもらえるなら，助かると思う。今ある状態がなぜそうなっているかという事情などが勘案されず，表面的なことばかり言われるようであれば困る。 ・モニターされることに問題はないが，改善ができるかどうかは別の問題となる。 ・建設的な意見がいただけるなら，助かる。ただ，既に市役所職員による事業所調査が行われる中，市民モニターの立ち位置が分かりにくい。
観光事業者	・信頼できるモニターを公正に選任するための方法が重要である。公募など。 ・類似のチェック体制として，商工会議所にも上げ底などの不正を防止する京都ブランド名産品公正取引委員会がある。ただし，市民モニターではない。 ・ＫＥＳの取組を実施しており，外部の評価も受けているため，市民モニターによる調査は必要がないと考えている。 ・特になし
製造	

イ　報告内容及びモニター結果の公表

業種	報告及びモニター結果の公表に関する課題，提案 等
小売業者	・評価基準をきちんと策定してほしい。個人の勝手な見識で評価されると困る。 ・取組めていない店舗は嫌がるだろう。一方で，公表されることにより取組が進むこともあると思う。公表することをあらかじめ伝えておれば，エコ活動をあまり行えていない店舗も取り組んでみようかという気になってもらえるし，組合としてももっと頑張ろうという気になると思う。 ・何がごみで何がごみでないか素人の方ではわからないことが多いと思われ，そういう方がモニターすると言ってもピンとこない。 ・結果の公表については，厳格な評価基準に基づいたものでなければならない。
飲食業者	・この段階において個々の店名を公表することには疑問（優良事例については公表する価値あり）
イベント主催者	・イベントのみならず，運営方法などは，業者によってのノウハウや経験値などが多くある為，イベント全体が分かる様な報告ではなく，ごみの対応策や取組姿勢の評価としてであれば，良いのかと考えます。（表彰や優秀事例の公表） ・結果の公表については，相対的に評価するのは何かと問題になる可能性がある。基準の明確化が必要。公表結果によりモニター個人への不利益につながらないよう配慮が必要。
集合住宅管理者	
大学	・建設的な意見がもらえるなら，助かると思う。今ある状態がなぜそうなっているかという事情などが勘案されず，表面的なことばかり言われるようであれば困る。 ・建設的な意見がいただけるなら，助かる。ただ，既に市役所職員による事業所調査が行われる中，市民モニターの立ち位置が分かりにくい。
観光事業者	・結果が悪かった場合の影響は小さくないと思う。公正なモニタリングが重要である。 ・事業者が特定されるような公表は死活問題につながるので反対である。他の方法で推進を図っていくべきと考える。
製造	・いい事例を広報してもらいたい。やり玉にあがるようでは困る。（モニターは環境意識の高い人が集まると思うので。）

ウ　指導等について

業種	指導等に関する課題，提案 等
小売業者	・指導などについても同じことである。基準やモニター教育がきちんとできていなければ，評価による指導をされても現場は混乱する。 ・何がごみで何がごみでないか素人の方ではわからないことが多いと思われ，そういう方がモニターすると言ってもピンとこない。 ・指導，改善勧告，勧告内容については，これらを行うことの根拠としての条例の制定が必要ではないか。
飲食業者	・基本的には大きな負担（報告作業）を強いることがないよう希望するが，著しく非協力的（改善報告に応じない）な店舗については，店名の公表もやむを得ないのではないか。
イベント主催者	・ごみの減量などに代表される，いわゆる環境配慮型のイベントが多くなってきている実感はあります。しかしながら，イベントの持つ本来の趣旨を維持しながら，その成果を回を重ねる毎に上げていくのは，主催者としての意識の持ち方によるところが多いと思います。なので，その公表までとなると疑問です。 ・事業主・市民・行政等の最終目標，着地点の共通化が必要。お互いのあゆみよりも必要である。
集合住宅管理者	
大学	・建設的な意見がもらえるなら，助かると思う。今ある状態がなぜそうなっているかという事情などが勘案されず，表面的なことばかり言われるようであれば困る。 ・建設的な意見がいただけるなら，助かる。ただ，既に市役所職員による事業所調査が行われる中，市民モニターの立ち位置が分かりにくい。
観光事業者	・特になし
製造	

（４）支援措置

業種	支援措置に関する提案
小売業者	・ごみ減量や環境への配慮について積極的に実施していることに関しては，行政からもＰＲをしてほしい。 ・優良事例のＰＲや，トップランナーの表彰はぜひともやっていただきたい。環境に配慮した販売などを率先的に行っている店舗などは，行政からも積極的にＰＲをして欲しい。環境にいいことに取り組んでいる店が消費者からも支持されるようなことをして欲しい。 ・商品棚の奥から商品を取る（賞味期限の新たしいもの）お客さんが多いため，「前から取ろう運動」を行政からも推進するようなことをして欲しい。 ・行政が市民と小売店の間に入り，いいことをしている店が損をしないような制度を検討して欲しい。 ・お客さんや店側の人間もモチベーションを上げるやり方が必要であると考えるが，そのためには，エコ活動へのきっかけになるような行政からの支援があればと思う。規模が大きく組合に加入率の高い商店街は，財政的に余裕があり様々なエコ活動を展開できるが，加入者が少ない商店街や，そもそも小さい商店街もあり，エコに関する活動をしようにもできないところが多いので，行政からの支援があれば，もっとエコ活動の輪が広がると思う。例えば，商店街を盛り上げるためのイベントへのマスコットの派遣やエコ活動への金銭的な支援などである。 ・店頭回収をやっている店にしても集客になるような，のぼりや看板に補助がでれば。 ・京都市が小さいサイズのビラを作成していただけたら，商品と一緒に入れることができ，お客さんの意識を高めることができると思う。 ・人手が足りない小売業者が多いので，店頭回収，分別などが日常業務として定着するまで，一定期間ボランティアによる支援があればと思う。 ・ポスター等の製作費の助成金があればありがたい。出版社からは，段ボールで配送されてくる。再利用できるものにしていただければありがたい。雑誌は，ビニールで包装されているため，ごみが大量に出る。そういうことを出版社に働きかけるなどしていただけたらありがたい。 ・電池，蛍光管，小型家電等は，集まれば集まるほどリサイクルや運搬費用の負担が増えるため，事業者の負担が減るような仕組みができないか。 ・難しいとは思うが，新たな対策が求められるのであれば，必要な予算を支援していただければありがたい。 ・全国展開の商品の販売方法については，仕入先との関係などから各店では改めにくいが，京都の百貨店では，京都ならではの商品も豊富に取り扱っている。そこで，例えば京都商工会議所の商談会に参加しているような，京都ならではのものづくりをしている事業者を支援し，仕入れの段階から調整して，京都らしく環境にやさしい商品として市内の各百貨店で販売し，内外の人に買ってもらえる仕組みをつくってはどうか。 ・レジ袋削減に関する普及啓発への取り組みについて，マイバッグや POP，お買い上げテープ等の作成を検討願いたい ・特に無し ・廃棄物をリサイクルするときの助成があればよい。 ・ごみをどう捨てたらよいかわからないことが多いので，わかるようなものを作ってほしい。 ・紙ごみについては個人情報もあるので秘密を保持して捨てる方法を確立してほしい
飲食業者	・外食店舗における食品リサイクルの支援について，ランニングコストを支援してもらうのは難しいかもしれないが，何らかの支援をしていただけるともう少し進むと思う。 ・リサイクルのコストに対する支援とともに、一般処理（焼却）とリサイクル処理とのコストバランスの平準化を期待したい。（焼却費用＜リサイクル費用　の状態では、リサイクルが進みにくい） ・優良な取組みを誘引するために，ごみ減量のために必要な経費に対する補助金や税制面（市民税）での支援措置を検討されてはどうか。
イベント主催者	・こういった取り組み普及啓発時においては，よく使われる表現として「支援」があります。今回も様々な支援のラインナップを取り揃えておられますが，実際に取り組んだ場合に，コストに代表される，様々な目に見えないモノに対しての「支援」は，取組んだ側とでの温度差が激しいのではないかと思います。「支援」の領域をある程度，明確化されケースバイケース的な不安定要素を極力取り除いた「支援」を期待します。 ・ノベルティーグッズ（マイバッグ等）デザインコンテストの実施。既製品・手作り品問わず，お勧めするマイバッグのコンテストを実施。自分が欲しいと思うマイバッグを見つけるチャンスを作る。その他，コンテスト経費等への助成。 ・エコなノベルティーを全市横断的に使用することで，エコを考慮していないイベントへの波及効果も期待できる。 ・認定されたエコイベントには，ごみ箱無料貸し出しをしていることを広く発信。分別ごみ無料回収制度や，ごみ分別の知識のある職員を，現場のごみ箱管理スタッフとして派遣。 ・リユース食器開発業者やＮＰＯ等への助成。
集合住宅管理者	・行政から，減量方法や分別ルールの周知にあたって活用できる啓発ツール（チラシ等）を提供してもらいたい。特に，外国人（留学生）向けのものがあると非常にありがたい。 ・特になし ・業者収集マンション用の分別チラシの外国版があればと思う。 ・ごみ箱（コンテナＢＯＸ）が非常に高価なので，貸与の制度，購入に対する補助金，京都市から安く提供するなど，いずれの方法でも良いので，考えてほしい。 ・建物所有者の委任状があれば，カラスネットの貸与を認めてほしい。
大学	・各部局には廃棄物の適正処理に係る取組を行ってもらっている。今後，さらに行う場合には，ハード面での支援をしてもらいたい（分別回収に係る補助など）。 ・食品残さの回収・資源化への支援 ・店頭で回収した資源物の回収 ・要什器のリサイクル市場の形成 ・以上の取組に係る支援，特にインフラ整備の観点からの支援が必要である。例えば，食品残さのリサイクルは，多くの負担（業者選定・契約締結・金銭的負担）が発生する。生協という一事業所でやるには大きな負担が伴う。これが京大生協よりも小規模な大学生協なら，さらに厳しい。多くの事業者がともに食品リサイクルに取り組めるスキームをつくれないか（生協以外の他の事業者と共同回収するためのマッチングなど）。不要什器は，使えるものはリサイクルできる市場があれば提供することで廃棄を減らせる。そういう市場について，行政が枠組みを作ることはできないのか。表彰とか，認定とか，広報支援とかの「名誉授与」は不要である。

業種	支援措置に関する提案
	・学生をはじめ意識の醸成が必要である。大学だけの働きかけでは限界があると思われるので，ここでの支援が必要ではないか。生協でもＳＮＳなどを活用して，周知啓発を行っている（商品や企画など）。ごみ減量に関してはどのような方法なら顧客に届くかは分からない。 ・ごみの捨て方も含めた生活全般に関して相談にのってくれる方がいると，一人暮らしの学生は助かるのではないか。放置自転車の処置に悩んでいる。年間多くの放置自転車を処理しており，百万円単位の出費となっている。保管するスペースの負担分を考えるとさらに金額的な負担は大きい。 ・学生の方と一緒に活動できると，徐々に変わっていくかもしれないので，大勢の方を巻き込んだ仕組みが必要ではないか。 ・ごみ減量に取り組むために必要となるインフラ整備等への支援があれば活用したい。（リユース食器の調達，分別用ごみ箱の調達等） ・ごみ減量にどのように取り組んだらよいか，分からないことも多いので情報提供も必要である。ごみ減量を推進するうえで，学生に伝えるリーフレットなどの学内啓発ツールなども，優れた事例があるなら教えてもらえると助かると思う。 ・京都市のごみ減量の取組や減量の必要性を分かりやすく広く訴えることも必要である。最終処分場の制約など，減量の必要性を知ってもらうことが大切である。
観光事業者	・京都市のごみ減量の取組のＰＲと簡易包装を呼びかけるポスターを市が作成し，事業者に提供する場合は，京都らしい雰囲気と清潔感が不可欠である。 ・自宅用でも贈答用でも対応可能でごみ削減につながる包装のアイディアを市が募集してはどうか。 ・その他，会員企業がどのような支援を必要とするかは，取扱商品が多様であるため，一概には言えない。 ・テナントへの指導も行ってもらいたい。 ・食品リサイクルの方法など，できることがあれば情報を提供してもらいたい。 ・京都に来た観光客は，ごみ減量やまちの美化など，環境にも配慮しなければならないということを，行政の方から積極的に周知してもらえれば，事業者も協力しやすい。 ・優良事例のＰＲが最も分かりやすく，目標として取り組んでいけるのではないか。 ・様々な業種があるため，業種別の取組方法等の具体策が必要である。
製造	・本社なので業務用の紙ごみの量が多い。紙ごみなどの資源化可能物を無償で回収してもらえれば，分別が進む。 ・紙ごみのほか，各種産廃の分別もきちんと行っているつもりだが，産廃の分別ルールが分かりにくいので，周知徹底してほしい ・積極的に取り組んでいる企業を表彰する制度があるとよい。営業の社員も，数年前に行政からもらった表彰状を顧客に見せ続けるなどして積極的に活用している。ほかにも全国版の社内報に掲載して社員を啓発するなど，活用の途はいくらでもある。 ・京都の他の企業の先進的な取組事例集があると参考になる。 ・本件とは直接関係のないことで，詳しくも言えないが，特別管理産廃の処理に関して大学と共同研究を行っていたりはする。 ・事業所でごみ減量に取り組む場合，ごみ減量などの環境の取組に対する専門の職員がいれば進んでいくと思うので，そういう支援があればよい。

2　市民，事業者の資源ごみ等の分別を徹底する制度について

業種	課題，提案 等
小売業者	・家庭ごみの分別を厳しくすると，店に持って来るようなことになるのではないか。 ・分別はしっかりやっている。産廃もリサイクルできるものはしている。 ・店舗によっては食品のリサイクルループに参加しているところもある。 ・大阪市でも分別が厳しくなったため，社員教育を強化するなどして対応したところである。 ・スーパーによって意識はバラバラなので，義務化という形で決めてしまえば，分別の意識は定着すると思う。 ・また，ルールの徹底が進まない場合は，行政から直接説明に行き，どういうルートで資源化されている等の説明をすることも有効ではないか。そうすれば，効果は大きいと思う。 ・市民の方は分別を理解していないのではないかと思うほど，でたらめに捨ててある。特にプラごみはわかりにくい。もっと周知に努めなければならないのではないか。その次の段階で義務化ではないか。なんでも義務化してもついてこれるかというところを検証したほうが良い。 ・まず，興味のない方も含めて，知ってもらうことが大事なので，分別を徹底する旨の周知啓発が必要であると考える。 違反に対してどの程度まで拘束力をもたせることができるかによって，徹底度合いが変わってくると思う。（例えば，罰則規定を導入するなど）
飲食業者	・食産業の主要な労働力はパート・アルバイト。分別作業の重要性を，アルバイトに浸透させるのに苦慮している。業務が立て込む中、狭い厨房での作業となることが分別作業の課題であるが，オペレーションをしっかり組んでいても，各アルバイトの意識差があるため，分別を徹底しきれない部分がある。 ・外食産業では、お客様の注文に合わせてその場で、一次加工品や二次加工品、あるいは原料などから調理するため、製造業など比べると「分別」が困難である産業としての特性も考慮頂きたい。
イベント主催者	・取組まれる内容とは，非常に共感を覚えます。しかしながら，段階的な浸透（措置の段階ではなく）普及啓発の重要性も加味頂ければと思います。そう言った啓発物がまた，ごみになってはいけなのですが。※経過措置期間の設定など。その後，措置の段階など，意識的に行動を起こすのではなく，無意識に意識的に行動できるまでの無理のない計画を期待します。 ・まずは，自分自身が住んでいる地域を重点的に取り組む。自治会会長・組長等が率先し地域の課題を抽出し，解決につながる方法を明確化。地域コミュニティーの充実が，より高い結果につながる。 ・プラスティックの分別はわかりにくく，わかりやすく市民に周知することが必要。
集合住宅管理者	
大学	・作業負荷，保管スペース等の点から，食品残さをはじめ廃棄物の分別が困難である。 ・ゴミを出すという考えをなくす方向に動いたほうがいいと思われます。最小限出るのは致し方ないですが，食器自体を自然還元できるものに変更するなど，それ以外の利用を京都市では認めないなどを取らないとなかなか徹底してもどうなのかとなると思われます。 ・学生の方が省資源，環境にやさしい取組を行うきっかけにもなるとよいのではないか。社会に出てからも省資源，環境にやさしい取組が身についていることは大切であると考える。 ・メーカーの方や物流の方など，多くの方々環境に配慮した事業活動をされ，中には高度なものもあると思われるので，多くの事業者と連携しながら，取り組むことができればよいと考える。 ・ごみの減量は市民の方と事業所の両輪で行われることが大切と考える。事業所のごみの減量には何かと先立つものが必要というのが，現状としてある。
観光事業者	・周辺自治体と比べると，京都市の分別は徹底されている方だと思う。 ・コンビニエンスストアで購入した商品の持込が増えているため，持ち込まれるごみも増えている。自動販売機が置けないような小さいホテルのほど，その傾向が強い。ある程度は仕方ないと思うが，駅・観光地・公共施設等多くの観光客が訪れる箇所のごみ箱撤去が進み，その結果として大量に持ち込まれるケースもあり，マナーの問題や消費により発生するごみ処理について，多方面にわたる周知や対策を図る必要がある。 ・様々な業種があるため，業種別の取組方法等の具体策が必要である。
製造	・東京は京都よりも分別品目が多く，プラスチックごみもなど洗ってきれいにして分別してから排出する文化が根付いている。 ・紙類やプラスチックなどの資源化可能物を自治体が無償で引き取る制度があれば，分別が進むのではないか。 ・自社での取組の経験では，職員に分別方法を教えていけばごみは減っていき，ごみ減量が快感になっていくので，うまくまわっていけばどんどん分別が進んでいく。

3　その他（自由意見）

業種	制度創設の背景・目的，ごみ減量の意義，制度の考え方，追加すべき取組義務項目などに関する意見，提案 等
小売業者	・製品が工夫され，客への啓発が浸透し，コストが削減できて，さらに環境にもやさしいということが，事業者としてもベストである。 ・書店は，小売業の中でもごみの発生が少ない業種だと思っている。書籍は，ごみにはならない。古本として売って，リユースできるし，古本は，最後，紙なのでリサイクルできる。雑誌も古紙回収してリサイクルできる。ごみの発生抑制に関しては，食料品スーパーマーケット等他の小売業に比べて，優良だと思う。書店のレジ袋の中にチラシが入っているものをよく見るとのことだが，あれは，業者からチラシを入れさせてくれたらレジ袋を無償で提供するとの申し出があるものである。できる限りの経費削減に努めているため，業者の申し出を受ける店舗が多い。納品時から入っているものであり，店舗の中には，わざわざ取り出して袋のみを利用しているところもある。 ・当業界は多種多様な商品を扱っていることから，他の小売業界とは少し状況が異なっている。また，業界内でも各企業の規模等に差が見られることから，業界の特徴や各企業の諸事情などを斟酌して制度化を検討していただきたい。 ・家庭用の生ごみ処理機は，売れた時期もあったが，最近は売れなくなっている。生ごみ処理機の助成に力を入れていただき，普及するようになれば，もっとごみは減るのではないか。 ・制度化に当たっては，類似品を販売している小売の他の業界と足並みを揃えていただきたい。 ・京都では「やらなければならない」という雰囲気づくりをお願いしたい。 ・行政の各部署から色々な活動の案内や依頼があるので，そういった情報をまとめて提供していただけるとありがたい。 ・フランチャイズチェーンは，レギュラーチェーンとは異なり，それぞれの店舗オーナーが独立した事業主であることから，フランチャイズチェーン本部は，経営指導は行うが，独占禁止法の観点から強制的な対応は行えない。したがって，計画書の作成は，フランチャイズチェーンの場合，直営店舗のみを対象としてどうか ・ごみ減量の取組を雇用に結び付けることができれば良い。 ・ごみ減量に取り組んでいる会社ということをアピールできるような制度があればありがたい。 ・ごみ減量に取り組んでいることを認定してもらい，そのパンフレットを店に置かせてもらえるような制度はないか。 ・連合会として，２Ｒないし３Ｒに取り組む責任はあると考えている。 ・ふろしき研究会の「酒屋さんはふろしきつつみギャラリー」は評判が良かった。 ・集めて使うリサイクル協会や日本酒で乾杯推進会議などがあり酒パックのリサイクル等を推進している。 ・皆さんマナーさえ守って頂けたら，ごみは減ると思う。特に若い世代はあまり興味を持たないと思われるので，そういう方の意識が高まれば，家庭から出るごみは減るのではないかと思う。10 年ほど前，ダンボール（紙ごみ含む）とそれ以外のごみと分けたら，ごみがほとんどなくなった。また，そもそも商店街の店舗は大量入荷をしないので，食品ロスに伴う廃棄はほとんど出ない。商店街としては，これ以上やることがないと言える程，ごみを出さないよう取り組んでいる。 ・事業者のみならず，消費者（家庭）に対する啓発をもっと活発に行うべきではないか。特に，ごみ問題に関する窮状をもっと訴える必要があると思う。（例えば，マスコミ等の活用や市のイベント時の啓発など） ・零細小売業者のごみ問題に対する認識度に応じた段階的な対策が必要であると思われる。
飲食業者	・京都市が検討中の新制度で掲げている「ごみ減量の意義・基本理念」は重要であり、外食産業としても推進課題であると認識している。しかし、この度の新制度に係る事案については、本来は、自治体や各事業者の自主的な運動として取組むべき対象であり、ルール（条例）を設けて行う事案ではないと考える。また、条例として義務化する根拠が明確でない。法令として民間のビジネスの在り方を規制するには、事業者の実態を踏まえること等、適正な手続きに則り、その効果について十分な根拠が示されるべきである。例えば、マグカップへの切り替えによる廃棄物抑制効果と、店内洗浄によるエネルギー消費量の増加の比較など、環境負荷に関わる多方面からの検討が必要である。 ・循環型社会推進のためには、中小事業者への普及啓発も必要。中小事業者はなかなか環境対応に手が回らないのも実情であるので，負担があまりかからない方法で，上手く巻き込んで進めていただきたい。 ・例えば，府と連携して食品リサイクル施設の空白地域を埋めるような検討をしていただけると，もう少しリサイクルが進むかもしれない。 ・リサイクル目的であれば，産廃と一廃の食品廃棄物の混載を認めるなど，申請や許可の緩和を検討していただければ，効率よくリサイクルが進むかもしれない。 ・外食の食品廃棄物は１箇所当たりの量が少ないため，広域で効率的に収集運搬する必要がある。京都は対応してもらえているが，地域によっては市町村間にまたがって収集運搬できる食品リサイクル法の特例措置の活用を認めない場合があるので，市町村に理解してもらえるようにお願いしたい。 ・「発生抑制」「リサイクル」については、前述のような様々な課題があり、事業者としても推進に苦慮している面がある。京都市には事業者の実態を踏まえた仕組みを作っていただき、他の自治体が参考にするベースにしてもらいたい。
イベント主催者	
集合住宅管理者	・こうした義務化を検討する前に，京都市のごみ処理行政について見直しが必要な点もあるのではないか。すなわち，京都市まち美化事務所では，ある一定規模以上の集合住宅に係るごみ回収を拒否して，民間業者（分別不問）に委託するよう指導したり，集合住宅側でごみ散乱防止のために分別 BOX や囲いを作った場合には，京都市では回収しないとの取り決めもある。このように収集する側の都合だけで収集制限をするのはおかしいのではないか。また，集合住宅だけに限らないが，家庭ごみと資源ごみの回収場所を揃えるだけで，家庭ごみは減るのではないか。資源ごみの回収場所が集約されて自宅から回収場所まで 100m 以上遠くなるために，高齢者などは資源ごみを家庭ごみと一緒に捨てる結果となる。義務化の前にやるべきこと，やれることがあるように思う。
大学	・ごみの分別において，生協の場合はその特性から大学との一体化した取組ができなければ困難なことが多い。分別品目を合わせるなど，取組の程度が異なると徹底が難しくなる。分別して保管するスペースもこれ以上ない。学生，教職員など，大学も生協も構成員が「イコール」なので，京都大学というコミュニティの中で統一した告知，啓発を計画的，継続的に実施できれば望ましい。 ・大学であることから，学生をトレーニングする場であると考える。社会に出る前にごみに関することも学んでもらいたい。生協には学生委員がいるが，今の学生はイベント等には興味を持つが，地道な取組には興味を持たない。「ペットボトルのキャップを集めてワクチンにしよう！」という一過性の取組は行うが，レジ袋を地道に少なくする取組は行われない。 ・大学ではフリーペーパーがたくさん配布されているので，分別受け皿を確保する必要がある。

業種	制度創設の背景・目的，ごみ減量の意義，制度の考え方，追加すべき取組義務項目などに関する意見，提案 等
	・ちょっとしたインセンティブでも学生は喜ぶので，ごみの少ない選択をした場合に何かインセンティブが付与されるような取組があるとよい。 ・学生の９０％はスマートフォンを使用しており，京都市のごみの減量や分別のアプリを開発して配信すれば，学生のごみ減量・分別の知識量を増やすことができると思う。 ・どこの生協も意識は高いが，ギリギリの人数，場所で対応しているので，その点は配慮していただきたい。 ・理想としては本当にすばらしいことだと考えておりますが，人間と言うのは易きに流れやすいものでございますので，徹底したからといって回収するものが中身を確認しないとなるとだめだと思います。だとしたら，なんらかの罰則なのかプラスの制度なのかを入れないと運用はうまくいかないのではないでしょうか。多くの人間が正しくしておりましても一部のものが全く区別しなければリサイクルなどは台無しになりますので，学生全員に意識を持たせるのかそれともゴミを受け付けて，正しい認識の人が分別するのか。そういったことも考えて対応するのが良いように思われます。 ・大学と一体的に行っているので，ごみの分別等では単独動くことができない。大学としての大きな方針のもと，一緒に動くことが必要である ・分別回収されたごみが，回収後，適切にリサイクルされているのかという疑念があるように思う。実情は，分別回収されても，処理段階で再び一緒にされ焼却処理されているようなことが無いのか，しっかり情報開示する必要があるのではないか。また，ごみ収集の方法に関しても，以下のような広報内容を見ると，改善の必要があるように思う。昨年度のごみ減量ワークショップに参加した学生から意見を聞きながら，更なるごみ減量に取り組んでまいりたい。
観光 事業者	・ごみの減量は行政だけでできる問題ではないので，市民的な理解を広げるため，目に付く形で意識付けを図っていく必要がある。 ・京都だけの問題でもないので，京都から発信する取組ができればよいと思う。 ・一つのホテルでも宿泊・飲食（・小売）などと部門が分かれており，同じ飲食でもレストランと宴会場ではサービスの提供方法が異なる。直営・テナントなど経営主体も様々である。 ・それぞれごみの出方や出し方が異なるため，きめ細かな対策が必要である。 ・既にごみ減量化には全施設が取り組んでいる状況であり，お客様による美化，ごみ減量が理解されている上，経費上もコスト削減に取り組んでいる。義務化ではなく，運動推進が必要である。 ・ごみを出さないための規制に必死になりすぎると，旅館に癒しを求めてこられる客の意思に反することになり（旅館での宿泊というのは，食事から片づけまで全てやってもらえる，非日常的な生活が醍醐味である。ごみの分別など，家でやっていることをそこでやっていたら，癒しもなくなる。），顧客満足度の低下，宿泊客の減少につながる。 ・お客様の要望に応え，資源の有効活用を行っているところであるが，規制という考え方よりも，どうすれば，お客さんが進んでごみの減量や分別に取り組んでもらえるのかという，観光客に対する周知の面を考えていただきたい。規制を前面に出すと，宿泊者の京都離れが起こる。 ・全体としては，観光都市として，観光客が負担感を感じない形で，行政から「観光都市京都」は環境に配慮したおもてなしをするということ示していただき，それが浸透していけば，事業者も協力しやすいのではないか。 ・事業者によって色々な考え方があると思うので，それを調べて，色々なケースの取組を提示いただければ，客にも話はしやすいと思う。 ・観光の分野も競争は激しい状況である。そういった状況にある中で，それぞれの事業者は色々なことを考えながらやっているということも御理解いただいた上で，今回の制度についてはお考えいただきたい。 ・包装ごみの削減については，日用品では進められているが，贈答品ではなかなか受け入れられていない。百貨店のお中元・お歳暮では一部簡易包装での発送を行っているが，日本全体として贈答品の包装がきれいな方が喜ばれる風潮がある。 ・最近は通販の取扱いが伸びており，発送用の包装材として商品の割に過大な段ボール等が使われており，資源ごみとして再利用されるよう，個人の取組も重要と考える。 ・様々な業種があるため，業種別の取組方法等の具体策が必要である。
製造	・資源がメーカー→ユーザー→メーカー…と循環する仕組みができるといい。 ・現状は，再資源化のコストがまだまだ高く，ビジネスとして成り立っていない。 ・市民向けにわかりやすい冊子を配ればよいと思う。（自社での取組の経験から）分別をしたいけどわからないという人が多く，教えていくとできてくる。